

Índice general

Unidad 1

Introducción a la estadística	1
1.1 Definición de estadística	2
1.2 Conceptos básicos	2
1.3 Definición de variable. Tipos	3
1.4 Tablas de frecuencias.....	4
1.5 Representaciones gráficas de los datos ...	6
1.6 Medidas estadísticas.....	9

Unidad 2

Regresión lineal. Números índices	27
2.1 Distribuciones bidimensionales	28
2.2 Diagramas de dispersión o nubes de puntos	33
2.3 Dependencia y correlación.....	34
2.4 Regresión lineal.....	34
2.5 La bondad del ajuste.....	37
2.6 Números índices	39

Unidad 3

Análisis del mercado	47
3.1 Introducción.....	48
3.2 Concepto de mercado y sus límites	48
3.3 Clasificación del mercado.....	49
3.4 El entorno de la empresa	53

Unidad 4

El comportamiento del consumidor	61
4.1 Definición de comportamiento del consumidor. Tipos de consumidores..	62
4.2 Las necesidades del consumidor. Tipos y jerarquías.....	63
4.3 Condicionantes del comportamiento del consumidor	65
4.4 El proceso de decisión de compra del consumidor final y del consumidor industrial.....	69

Unidad 5

Segmentación de mercados	75
5.1 Segmentación de mercados	76
5.2 Criterios de segmentación.....	77
5.3 Métodos de segmentación	81
5.4 Estrategias de segmentación	86

Unidad 6

La necesidad de información	97
6.1 La necesidad de la información para la toma de decisiones de marketing.....	98
6.2 Tipos de fuentes de información según su naturaleza, origen y disponibilidad	98
6.3 El Sistema de Información de Marketing (SIM)	101
6.4 Aspectos éticos de la investigación comercial. El código CCI/ESOMAR.....	105

Unidad 7

La investigación comercial	111
7.1 La investigación comercial	112
7.2 Aplicaciones de la investigación comercial	114
7.3 Fases de la investigación comercial.....	115
7.4 Tipos de diseños de investigación.....	119
7.5 Presupuesto de la investigación.....	121

Unidad 8

Métodos y técnicas de obtención de información secundaria	127
8.1 La información secundaria	128
8.2 Métodos y técnicas de obtención de información secundaria.....	129
8.3 Obtención de datos de las fuentes de información online y offline	133
8.4 Organización de los datos obtenidos....	135
8.5 Presentación de los datos y su almacenamiento en bases de datos	136

Unidad 9

La información primaria. Técnicas de investigación cualitativas..... 143

- 9.1 Técnicas de investigación cualitativas.. 144
- 9.2 La entrevista 144
- 9.3 Dinámica de grupos 145
- 9.4 Técnicas proyectivas 146
- 9.5 Técnicas de creatividad..... 148
- 9.6 La observación 149
- 9.7 La pseudocompra..... 152

Unidad 10

La información primaria. Técnicas de investigación cuantitativas. El muestreo 157

- 10.1 Técnicas de investigación cuantitativas 158
- 10.2 Encuestas *ad hoc* 158
- 10.3 Encuesta periódica ÓMNIBUS 162
- 10.4 Los paneles..... 162
- 10.5 Las técnicas de experimentación..... 164
- 10.6 El muestreo 166
- 10.7 Tipos de muestreo 167
- 10.8 Cálculo del tamaño de la muestra..... 172

Unidad 11

El cuestionario. Tratamiento de los datos y presentación de resultados 179

- 11.1 El cuestionario 180
- 11.2 Pautas para elaborar un cuestionario. 181
- 11.3 Tipos de preguntas 183
- 11.4 Codificación e introducción de datos 186
- 11.5 Prueba piloto o test del cuestionario... 187
- 11.6 Corrección, tabulación de datos y presentación de resultados..... 187
- 11.7 Presentación de resultados El informe 190

Unidad 12

Bases de datos 199

- 12.1 Concepto de bases de datos 200
- 12.2 Tipos de base de datos 200
- 12.3 Estructura y organización de una base de datos 201
- 12.4 Sistema de gestión de bases de datos. Funciones y características . 202
- 12.5 Diseño de una base de datos 202
- 12.6 Búsqueda dirigida y búsqueda avanzada de datos 204
- 12.7 Consultas de actualización y de mantenimiento de bases de datos 205
- 12.8 Creación y desarrollo de formularios e informes 206

Estimado profesor:

Si desea acceder a los contenidos exclusivos para docentes, envíe un correo electrónico a:
webmaster@alfaomega.com.mx.