**INSTITUTO SUPERIOR DEL PROFESORADO DE SALTA Nro. 6005**

**PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura en Administración con orientación en Comercialización.**

**(DESDE EL 16 DE MARZO AL 31 DE MARZO de 2020)**

**ASIGNATURA: INVESTIGACION DE MERCADOS - 3er año**

**APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: DIAZ VICEDO, Carlos**

**DIA: 23/03/2020 HORARIO: 19:00 HASTA 20:20**

**- La presentación debe realizarse por correo electrónico**

**- El documento de ser en formato Word o PDF y colocar nombre y apellido**

**- Fecha de presentación: hasta el día 10 de abril de 2020**

**- Dirección de correo: diazvicedoisps6005@hotmail.com en asunto debe poner: TP2 INVESTIGACION**

|  |
| --- |
| **CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR** |
| Investigación de mercados: Tipos de Investigación de mercados – proceso de la Investigación de mercados. |
| **GUIA O ACTIVIDADES** |
| El alumno deberá investigar y contestar las consignas planteadas. Para ello el alumno podrá utilizar bibliografía específica y/o páginas web.Consignas: 1. Investigar y hacer un cuadro sinóptico sobre cuales son los tipos de investigación de mercados existen.
2. En los nueve pasos del proceso de investigación de mercados, vemos que los dos primeros son:
3. Definir las **necesidades** de la Investigación
4. Establecer los **objetivos** de la investigación

¿en qué consisten cada uno de ellos?1. En función de lo interpretado en el punto dos, dar un ejemplo de cada uno de ellos.
 |
| **BIBLIOGRAFIA** |
| * Thomas C. kinnear y James R. Taylor “Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado”
* Mc Daniel – Gates “investigación de Mercados”
* William G. – Barry J. Babin “Investigacion de Mercados”
* Páginas web como ser Wikipedia por ejemplo
 |
| Obs. La bibliografía - Thomas C. kinnear y James R. Taylor “Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado. Esta bibliografia Puede ser bajada en internet |

 **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

 **FIRMA DEL DOCENTE**