



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES

Introducción Unidad III

INTRODUCCIÓN A LA UNIDAD

La presente unidad nos muestra un escenario de lo que es la Investigación de Mercados, cuándo se debe hacer, y cuál es su principal objetivo, así como los elementos que la componen y la transición que ha tenido para pasar hacia lo virtual.

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Dejar un conocimiento sólido sobre la Investigación de Mercados, su importancia y cómo realizarla. Que puedan desarrollar una estructura simple y aplicarla con la ayuda de los medios digitales.

MAPA DE TEMAS



Introducción Unidad III

ACTIVIDADES DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	ACTIVIDAD
Concepto		Dificultades de la investigación de mercados
Fuentes de información		Recabar información
GFases de la investigación de mercados		Diseño de una encuesta

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

EVALUACIÓN	PUNTOS
Actividad: Dificultades de la investigación de mercados	4 Puntos
Actividad: Recabar información	4 Puntos
Actividad: Diseño de una encuesta	4 Puntos
Evaluación de la unidad	8 Puntos
TOTAL	20 Puntos