

INDICE

Prefacio	VII
1. Introducción	1
Aspectos vitales para el éxito en los negocios	1
Mercadotecnia: una filosofía de negocios y una función administrativas	3
Facetas críticas de la administración de mercados	3
Resumen	5
2. Investigación de Mercados	6
La naturaleza de la investigación de mercados	6
Divisiones principales de la investigación de mercados	11
Resumen	13
3. Etapas Secuenciales de la Investigación de Mercados	14
Valor del método sistemático	14
Metodología de muestreo	20
Resumen	29
4. Herramientas de la investigación	30
Datos primarios y secundarios	30
Metodología de cuestionario	31
Cómo entrevistar	40
Atractivos y peligros potenciales de la investigación cualitativa	46
Resumen	51
5. Usos de la investigación	52
Técnicas básicas	52
Investigación continua	52
Investigación publicitaria	55
Investigación de mercados industriales	61
Recopilación de datos primarios	65
Investigación de exportación	68
Investigación de servicios	72
Resumen	74
6. Análisis de segmentación del mercado	76
El papel de la segmentación del mercado	76
Segmentación del estilo de vida	80
Resumen	109
7. Etapas finales de la encuesta	110
Tareas de procedimientos de datos	110
Preparación y presentación del informe de la encuesta	113
Resumen	119
Apéndice A: Notas de investigación documental	120
Apéndice B: Ejemplos de cuestionarios	131
Apéndice C: Lecturas recomendadas	168
Apéndice D: historia de Casos	171
Índice	205