

Contenido

INTRODUCCION	13
1. LA INVESTIGACION DE MERCADOS Y LA ECONOMIA DE LA INFORMACION	17
2. ADELANTOS RECIENTES EN LAS TECNICAS PARA MEDIR LA CONDUCTA	47
3. APLICACION DE LAS TECNICAS ESTADISTICAS MULTIVARIABLES A LOS PROBLEMAS DE MERCADOTECNIA	85
4. MODELOS MATEMATICOS DE LOS PROCEDIMIENTOS DE MERCADOTECNIA	127
5. FUTUROS ADELANTOS EN LA INVESTIGACION DE MERCADOS	173
6. LÉCTURAS RECOMENDADAS	189
BIBLIOGRAFIA	193
INDICE	203