
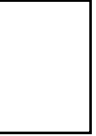


| | | | | | | | | |
|-------------------------|------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------------|---|------------------------|------------|-------------------|
| Tirada: 13200 | ESTRATEGIA FINANCIERA | Superficie: 133 cm² | Ocupación: 21.25% | Valor: 660,98 |   | | | |
| Difusión: 13200 | | | | | | Nacional | Mensual | Página: 82 |
| Audiencia: 46200 | | | | | | | | |
| Ref: 5382024 | | | | | | 1 ^a Edición | 01/04/2014 | 1 / 1 |

Investigación de mercados

Coordinadores: **Águeda Esteban Talaya y Arturo Molina Collado**

Edita: **ESIC**

Las empresas son conscientes de la importancia que tiene analizar los continuos cambios en el comportamiento de los mercados, los consumidores y la competencia mediante la obtención de información interna y externa, y la aplicación de los métodos y técnicas de la investigación.

Con vocación de presentar de forma clara, práctica y actual los aspectos fundamentales que permitan desarrollar estudios de mercado a todo tipo de organizaciones, se ha creado este libro.

Esta obra realiza un recorrido desde el origen y la naturaleza de la investigación de mercados, los diversos diseños de investigación y las fuentes de información, mostrando las diferencias entre los métodos cualitativos y cuantitativos, la experimentación, los procedimientos para realizar los distintos tipos de muestreo, las escalas de medición y los cuestionarios, hasta la explicación de una selección de técnicas univariantes, bivariantes y multivariantes para el análisis de los datos.



El libro es fruto del trabajo de un conjunto de profesores universitarios que, con una dilatada experiencia, han sabido aunar en este libro las bases consensuadas del conocimiento de la investigación de mercados, junto con las aplicaciones y técnicas que utilizan las empresas e institutos de investigación, y de la realización de numerosos proyectos de investigación aplicados al estudio de la realidad actual.

