



FUNDAMENTOS DE MARKETING

Tarea Virtual 2

Tema: Análisis de Situación e Investigación de Marketing

Objetivo: Elaborar un análisis de situación de una empresa y diseñar la investigación de marketing para un problema identificado.

Actividades para el logro del objetivo: a partir de la información de la empresa seleccionada en la Tarea virtual 1, realice

- Análisis situacional
 - Macroentorno: PESTEL
 - Microentorno: FODA – 5 Fuerzas de Porter – Ciclo de vida del producto
- Investigación de Marketing
 - Problema de investigación
 - Objetivo de investigación
 - Proceso y diseño de investigación
 - Investigación secundaria (fuentes de información)
 - Investigación primaria
 - Instrumentos de investigación (cualitativos y cuantitativos)
 - Conclusiones y recomendaciones

Valor 15 puntos.