

Universidad Del Sureste.

Alumna: Andry Hernández Ramos.

Maestro: Lic. Alberto de Jesús López Muñoz.

Licenciatura: Trabajo Social y Gestión comunitaria.

Materia: Taller del emprendedor.

Cuatrimestre: 9no.

Estudio de mercado.

Es el conjunto de acciones a realizar con el objetivo de conocer la respuesta del mercado. (Clientes, proveedores y competencia) ante un producto o servicio.

Identificar las empresas productoras de bienes y servicios similares, o competencia directa.

Proceso de mercadotecnia.

- Análisis de oportunidades.
- Investigación de mercado.
- Creación de la estrategia.
- Creación de las tácticas.
- Aplicación.
- Control.

Estrategia de producto y precio

Identificación de oportunidades, diseño, prueba, introducción y análisis de rentabilidad.

Fijar precio inicial, precio bajo y precio alto.

Clasificación de producto

Por Naturaleza

Destino.

Por motivo de la compra

Relación con otros productos.

Ciclo de vida del producto

Introducción, crecimiento, Madurez y Declive.

Método de fijación de precios.

Costo de fabricación, Utilidad y precio.

Valor percibido.

Valor Real.

Trade Marketing.

- Propuesta de producto.
- Imagen de marca.
- Punto de venta.