

Universidad el sureste

Administración y Estrategia de Negocios

Noveno Cuatrimestre

José Alberto Aguilar Aguilar

Actividad: Super nota

Fecha de entrega: 19/06/2020



Unidad II

Investigación de mercados

La investigación comercial aporta al sistema de información los métodos y técnicas adecuados para obtener datos y analizarlos de forma rigurosa.

Lo que distingue fundamentalmente a la investigación comercial es el carácter científico de su metodología y la utilidad de los fines que persigue, que pueden concretarse en los tres siguientes: a) Proporcionar información que ayude a comprender el mercado y el entorno. b) Identificar problemas y oportunidades. c) Desarrollar y evaluar cursos de acción alternativos.



Producto

Definimos un producto como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. El desarrollo de un producto o servicio implica definir los beneficios que ofrecerá. Estos beneficios se comunican y entregan a través de atributos del producto como calidad, características, y estilo y diseño. Los componentes de un producto pueden ser clasificados de la manera siguiente: Producto intrínseco, Embalaje o acondicionamiento, Marca, Funcionamiento.

Precio

Los costos totales son la suma de los costos fijos y variables para cualquier determinado de producción. Costos de un producto. La asignación de precios de un producto también debe considerar su costo. El costo unitario total de un producto se compone de varios tipos de costos, cada uno de los cuales reacciona de manera diferente a los cambios en la cantidad producida. Diversas clases de costos: El costo fijo total, El costo fijo promedio, El costo variable total, El costo variable promedio, El costo total, El costo total promedio, El costo marginal.



Publicidad

La promoción es fundamentalmente comunicación. Es transmisión de información del vendedor al comprador, cuyo contenido se refiere al producto o la empresa que lo fabrica o vende. La promoción, por tanto, tiene tres fines básicos: Informar, Persuadir, Recordar. La publicidad es una forma de comunicación que la mercadotecnia utiliza como instrumento de promoción.

Canales de distribución

Para ir del productor al consumidor, el bien o servicio elaborado debe pasar a través de algún medio. Este medio es el canal de ventas. El término canal sugiere un camino o ruta por el que circula el flujo de productos desde su creación en el origen hasta llegar a su consumo o uso en el destino final. Los intermediarios, en realidad, llevan a cabo una gran diversidad de funciones, que están relacionadas con la utilidad de lugar, tiempo y posesión que genera la actividad de distribución. Estas funciones

pueden agruparse en las siguientes: a) Reducción del número de transacciones, b) Adecuación de la oferta a la demanda, c) Creación de surtido, d) Movimiento físico del producto a su último destino, e) Realización de actividades de mercadotecnia, f) Transmisión de la propiedad, posesión o derecho de uso del producto, g) Financiamiento, h) Servicios adicionales, i) Asunción de riesgos.

