

UDS

DESARROLLO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

SUPER NOTA

ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

CARLOS ENRIQUE CANCINO PINTO

COMITÁN, CHIAPAS A 19 DE JUNIO DEL 2020

ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

A mind map with a central node 'ASPECTOS MERCADOLÓGICOS' and ten peripheral nodes connected by curved lines. The nodes are: 'investigación de mercados', 'estrategias de mercado', 'producto', 'precio', 'ventas', 'publicidad', 'canales de distribución', 'mercadotecnia internacional', 'estrategias competitivas', and 'recursos humanos'.

```
graph TD; A[ASPECTOS MERCADOLÓGICOS] --- B[investigación de mercados]; A --- C[estrategias de mercado]; A --- D[producto]; A --- E[precio]; A --- F[ventas]; A --- G[publicidad]; A --- H[canales de distribución]; A --- I[mercadotecnia internacional]; A --- J[estrategias competitivas]; A --- K[recursos humanos];
```

investigación de
mercados

estrategias
de mercado

producto

precio

ventas

recursos
humanos

estrategias
competitivas

mercadotecnia
internacional

canales de
distribución

publicidad

investigación de mercados



técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos.



estrategias de mercado



estudio exploratorio:

La finalidad principal del estudio exploratorio es el descubrimiento de ideas y conocimientos

estudios descriptivos

o relacionales: Tiene como finalidad describir las características de ciertos grupos, determinar la frecuencia con que ocurre algo, estimar la relación entre dos o más variables o efectuar predicciones.

estudios experimentales o

causales: es el idóneo para contrastar hipótesis y establecer relaciones de causa-efecto, por el control que proporciona al investigador.

producto



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. Los productos no solo son bienes tangibles. En una definición amplia, los productos incluyen objetos físicos, servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas o mezclas de ellos.

Producto intrínseco

Embalaje o acondicionamiento

Marca

Funcionamiento

precio



intercambio de valores



ventas

acción de vender

comercio



actividad económica

intercambio

publicidad



Es transmisión de información del vendedor al comprador, cuyo contenido se refiere al producto o la empresa que lo fabrica o vende. Se realiza a través de distintos medios —personales o impersonales— y su fin último es estimular la demanda.

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.



mercadotecnia internacional

interconexión

interdependencia

globalización

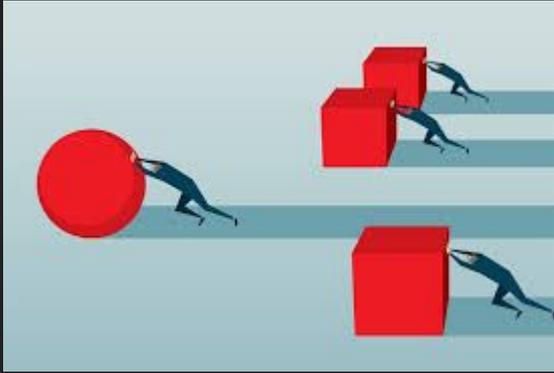
interconexión

flujo de materias
y personas

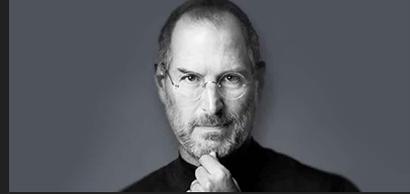
comercio
transnacional



estrategias competitivas



recursos humanos



la persona ideal para el puesto ideal

#jefeVsLider

Un Jefe
ORDENA
Para resolver
PROBLEMAS

Un Líder
PREGUNTA
Para encontrar juntos
LA SOLUCIÓN

The illustration shows two scenarios. On the left, a red figure (boss) uses a megaphone to command a line of blue figures (employees). On the right, a red figure (leader) stands with a group of blue figures, all holding hands, representing collaboration.



reclutamiento

selección

dotación