



ALUMNOS:

ENRIQUE VÁZQUEZ GONZÁLEZ

DOCENTE:

ANDRES ALEJANDRO REYES

MATERIA:

TALLER DEL EMPRENDEDOR

CARRERA:

LIC. ENFERMERIA

GRADO Y GRUPO:

9NO "A"

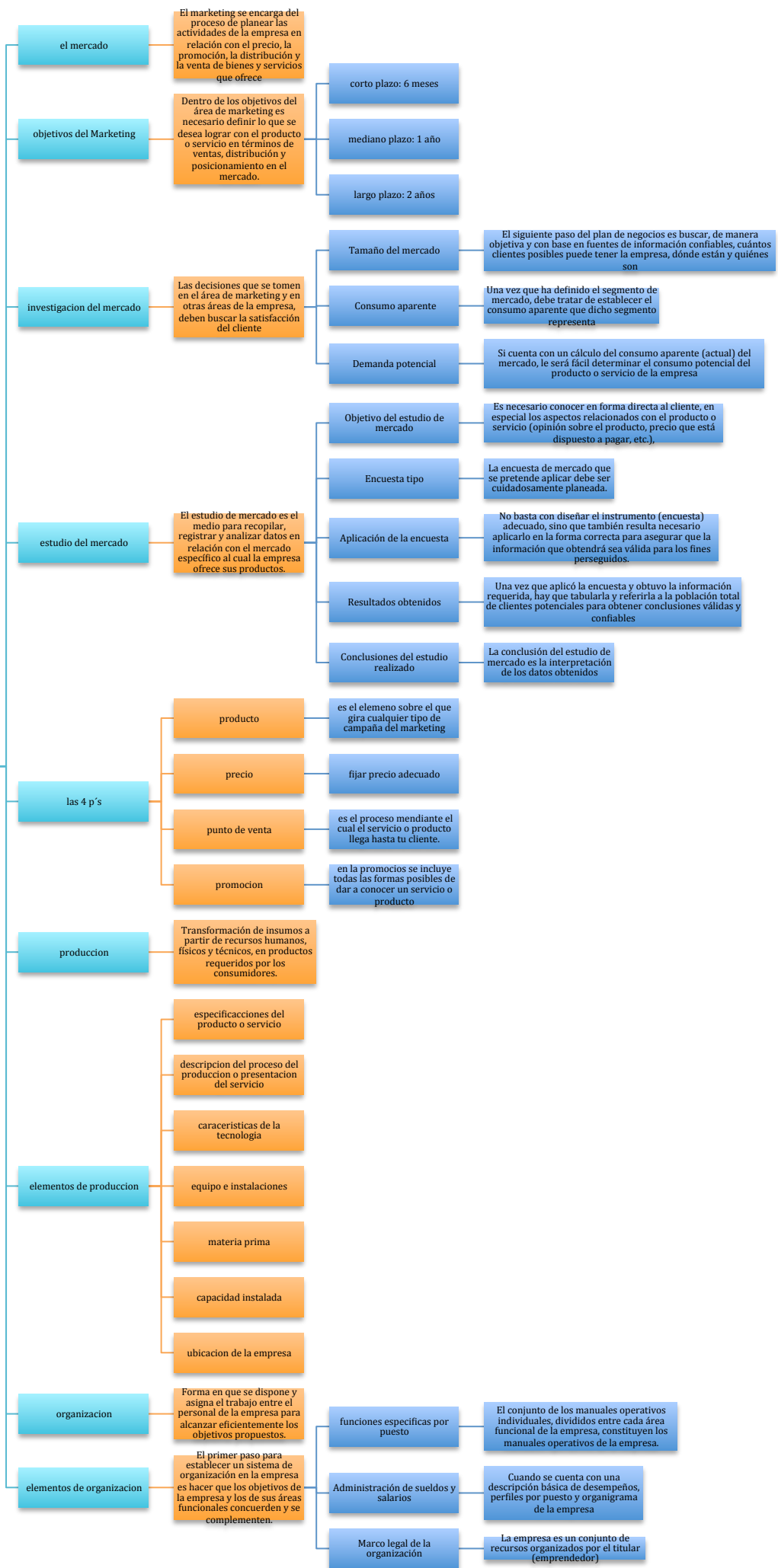
TRABAJO:

CUADRO SINOPTICO

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas, 1 de julio de 2020

PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO



el mercado

El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece

objetivos del Marketing

Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

corto plazo: 6 meses

mediano plazo: 1 año

largo plazo: 2 años

investigación del mercado

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente

Tamaño del mercado

El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son

Consumo aparente

Una vez que ha definido el segmento de mercado, debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa

Demanda potencial

Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa

estudio del mercado

El estudio de mercado es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

Objetivo del estudio de mercado

Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio (opinión sobre el producto, precio que está dispuesto a pagar, etc.).

Encuesta tipo

La encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada.

Aplicación de la encuesta

No basta con diseñar el instrumento (encuesta) adecuado, sino que también resulta necesario aplicarlo en la forma correcta para asegurar que la información que obtendrá sea válida para los fines perseguidos.

Resultados obtenidos

Una vez que aplicó la encuesta y obtuvo la información requerida, hay que tabularla y referirla a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas y confiables

Conclusiones del estudio realizado

La conclusión del estudio de mercado es la interpretación de los datos obtenidos

las 4 p's

- producto
- precio
- punto de venta
- promoción

es el elemento sobre el que gira cualquier tipo de campaña del marketing

fijar precio adecuado

es el proceso mediante el cual el servicio o producto llega hasta tu cliente.

en la promoción se incluye todas las formas posibles de dar a conocer un servicio o producto

producción

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores.

elementos de producción

- especificaciones del producto o servicio
- descripcion del proceso del producción o presentación del servicio
- características de la tecnología
- equipo e instalaciones
- materia prima
- capacidad instalada
- ubicación de la empresa

organización

Forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.

funciones específicas por puesto

El conjunto de los manuales operativos individuales, divididos entre cada área funcional de la empresa, constituyen los manuales operativos de la empresa.

Administración de sueldos y salarios

Cuando se cuenta con una descripción básica de desempeños, perfiles por puesto y organigrama de la empresa

Marco legal de la organización

La empresa es un conjunto de recursos organizados por el titular (emprendedor)

elementos de organización

El primer paso para establecer un sistema de organización en la empresa es hacer que los objetivos de la empresa y los de sus áreas funcionales concuerden y se complementen.