



Nombre de alumno: Gladys Adileni Ruíz Ramírez

Nombre del profesor: Karina Maricruz Pérez

Materia: Taller del Emprendedor

Grado: 9°

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 03 de julio de 2020

UNIDAD III

EL MERCADO

Se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con:

- ◆ Precio
- ◆ Promoción
- ◆ Distribución
- ◆ Venta de bienes
- ◆ Servicios que ofrece

Objetivos 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.

Ejemplos de objetivos de marketing:

- Corto plazo
- Mediano plazo
- Largo plazo

Investigación del mercado

Se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

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
- Consumo aparente
- Demanda potencial

Estudio del mercado

Medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

Objetivo del estudio: es importante conocer al cliente de forma directa, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio.

Opinión sobre el producto, precio que está dispuesto a pagar, etc.

- Encuesta tipo
- Aplicación de la encuesta
- Resultados obtenidos
- Conclusiones del estudio realizado

Las 4 P's

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado

Cuando elija un canal de distribución deberá tomar en cuenta aspectos como:

- Costo de distribución del producto
- Control que pueda tener sobre políticas de precio, promoción al consumidor final
- Conveniencia para el consumidor del punto final de venta
- Capacidad de la empresa para distribuir el producto

- Promoción del servicio o producto
- Publicidad
- Promoción de ventas
- Marcas
- Etiqueta
- Empaque
- Fijación y políticas de precio

