

Nombre de alumno:

Hermelinda Santis Hernández

Nombre del profesor:

Lic. Albores Aguilar Jorge Enrique

Nombre del trabajo:

Mapa Conceptual

Materia: Desarrollo De Pequeñas Y Medianas Empresas

Grado: 9.No cuatrimestre

Grupo: "A"- LAE

ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

Investigación de mercados

Es una actividad que busca las estrategias comerciales para mejorar el desempeño de mercado de recolección de datos

Se forma de dos

Interno

Externo

Elementos de investigación de mercados

-Métodos – Técnicas científicas para resolver problemas de mercadotecnia.

Puede concretarse en los tres

-Ayude a comprender el mercado –Analizar problemas– Desarrollar y evaluar cursos.

Aplicaciones de la investigación

-Estructura de mercado-
Potencial de mercado-
Segmentación de mercado-
Comportamiento de consumidor.

Investigaciones sobre el producto

-Comprar y el uso de producto-
Posicionamiento de producto-
Prueba del producto.

Investigaciones sobre el precio

Descuento

Son

Demandada

Comprador

Investigaciones sobre distribución

Selección de canales,
Localización de puntos de ventas- Diseño de los puntos de ventas.

Investigación sobre ventas

-Rendimiento-Compensación- y Motivación para los vendedores

Investigaciones de publicitaria

-Prueba de mensaje -Selección de medios de comunicación- Imagen de la empresa.

Diseño de la investigación

Es un análisis que abarca para cubrir ciertos objetivos que proporciona la empresa

Se clasifica en tres

Diseño exploratorios

Diseño descriptivos

Diseño casuales

Estudios exploratorios

Es algo que la empresa busca conocimientos con personas que tiene esa habilidad experto.

Estudios descriptivos o correlación

Se enfoca en las investigaciones de venta de muestra de una sociedad para cubrir cierto beneficio.

Estudio experimentales

La empresa busca el beneficio, por ejemplo como menciona si rebaja el precio la demanda aumenta es una manera muy rápida.

La variable se clasifica.

-Comportamientos- Atributos- Actitudes opiniones- Motivaciones y necesidades

Producto

Un producto es algo que producen las empresas para satisfacer necesidades a los clientes.

Característica de un producto

Diseño

Calida

Estilo

Clasificación de producto

Producto intrínseco-Condicionamiento- Marca- Funcionamiento.