



Nombre de alumno: Osmar Ronay González Santiago

Nombre del profesor: Jorge Enrique Albores Aguilar

Nombre del trabajo: Mapa Conceptual

Materia: Desarrollo de pequeñas y medianas empresas

Grado: 9 no

Grupo: "LAE"

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 22 de Mayo de 2020.

ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

Investigación de mercados

Sistema de información los métodos y técnicas adecuados para obtener datos y analizarlos de forma rigurosa.

Función de las áreas de la mercadotecnia

Estructura del mercado.

Potencial del mercado.

Segmentación del mercado.

Prueba de mercados.

Metodología

Proporcionar información que ayude a comprender

Identificar problemas y oportunidades.

Desarrollar y evaluar cursos

Procesos de la investigación de mercados

El diseño de la investigación la obtención de la información, el tratamiento y análisis de los datos y la interpretación de los resultados y presentación de conclusiones.

Diseño de la investigación

Determinación del problema a

Aspectos de un problema parcialmente

Hipótesis se quieren contrastar

Variables influyen en los comportamientos,

Tipos de investigación

estructura o plan de estudio que sirve de guía para la recolección y análisis de los datos.

Diseños exploratorios.

Identifica el problema o variables relevantes.

Diseños descriptivos.

Describe la característica de cierto grupo y determinar la frecuencia con que ocurre

Diseños causales

Establece relación de causa-efecto, por el control que proporciona al investigador.

ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

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.

Componentes del producto.

Calidad del producto.

Herramientas de posicionamiento del mercado. La calidad tiene influencia directa en el desempeño del producto o servicio de esta forma, está muy vinculada con el valor para el cliente y la satisfacción de este.

Características del producto.

Las características son una herramienta competitiva para diferenciar los productos de la empresa de los productos de los competidores.

Estilo y diseño del producto.

El diseño es un concepto más general que el estilo. El estilo solo describe la apariencia de un producto. Los estilos pueden ser atractivos o aburridos.