



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

FECHA: 21/06/2020

TRABAJO SOCIAL Y GESTION COMUNITARIA

DOCENTE: LIC ELIU MORALES ROBLERO

ALUMNA: SUYI GABRIELA PEREZ HERNANDEZ

NOVENO CUATRIMESTRE GRUPO:"B"

**IMPLANTACION DE
MODELOS 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. Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar.

Investigación del mercado

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

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.

Las 4 P's

Cada paso del proceso de distribución posibilita incrementar la distribución a un mayor número de clientes potenciales; sin embargo, cada paso también provoca una pérdida de control y contacto directo con el mercado.

Producción

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores. Producto. Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor.

Elementos de producción

- Simplicidad y practicidad (facilidad de uso).
- Confiabilidad (que no falle).
- Calidad (bien hecho, durable, etcétera).

