

NOMBRE DEL ALUMNO: LILIA RODAS NEGRETE

NOMBRE DEL PROFESOR: LIC. LIKZA HALLY ROBLERO MUÑOZ

MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

GRADO: 9º CUATRIMESTRE

GRUPO: "C"

FRONTERA COMALAPA CHIAPAS A 5 DE JUNIO DE 2020.

INTRODUCCION

En la implantación del modelo de negocio, nos habla sobre el mercado el cual nos dice que el marketing es el que se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que les ofrece. La encuesta de mercado es importante que los datos que se quieren conocer respecto al mercado potencial de la empresa se traduzcan a preguntas claras, concretas que no impliquen cálculos complicados. La publicidad es una serie de actividades para hacer llegar un mensaje al mercado meta. Su objetivo es crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un producto. La fijación de precio nos dice es de suma importancia, ya que el precio influye en la percepción que tiene el consumidor final del producto o servicio. El proceso productivo permite determinar las actividades a realizar, así como el equipo, herramientas e instalaciones requerida para llevar a cabo la elaboración del producto.

DESARROLLO

En el presente ensayo hablaremos sobre la implantación de negocio, la cual nos habla sobre el marketing que es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo con lucro. El marketing identifica las necesidades y deseos no realizados, se encarga del proceso de planear actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece, así como la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor cuando hablamos de preferencias nos referimos a una ventaja o mayor derecho para hacer algo sobre una persona o cosa, el principal objetivo es lograr con el producto o servicio en venta, o distribución en el mercado.

Cuando hablamos de la investigación del mercado nos referimos a la herramienta necesaria para la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la formación, esto es con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionadas a la mercadotecnia. Podemos decir que este tipo de investigación parte el análisis de algunos cambios en el entorno y las acciones de los consumidores, nos permite generar un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas de una organización. Las decisiones que se toman dentro del área de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente.

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, cuando hablamos de recopilar es juntar o reunir varias cosas dispersas bajo un criterio que de unidad al conjunto y así mismo obtener los datos requeridos.

El principal objetivo del estudio de mercado es conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio, el cual el producto tiene que ser de muy buena calidad y así mismo el cliente quede satisfecho y que el cliente es dispuesto a pagar el precio, para lo cual se recomienda hacer un estudio de mercado a través de entrevista o encuesta.

En la aplicación de la encuesta es recomendable evaluar si la encuesta está bien diseñada. Lo cual se consigue al probarla mediante su aplicación a dos o tres personas, ya que así mismo podrán detectar preguntas más redactadas o confusas y poder interpretar las respuestas, para aplicar la encuesta se necesita

determinar cómo, donde y cuando se va a realizar, además de quien va aplicar la encuesta.

Cuando hablamos de distribución, debemos de identificar las necesidades del cliente o consumidor y poder desarrollar un producto que satisfaga, es necesario determinar cómo hacer poder llegar un producto al mercado.

Promover es fomentar o favorecer la realización o el desarrollo de una cosa, iniciándola o activándola si se encuentra paralizada o detenida, la cual incluye varios aspectos de gran importancia, como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas e indirectamente las etiquetas y el empaque.

La publicidad es una forma de comunicación que inventa incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor, esto se lleva a cabo mediante campañas publicitarias que se difunden en los medios de comunicación siguiendo un plan de comunicación, hacer publicidad es una serie de actividades de actividades necesarias que nos sirve para llegar un mensaje al mercado, de igual manera promocionar algún producto, es objetivo principal es crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un producto.

La fijación del precio es de suma importancia, ya que el precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. No se debe olvidar a qué tipo de mercado está enfocando el producto.

El diseño y distribución de planta y oficinas es la forma en que se dispondrán las maquinas, herramientas y los flujos de producción, cuando de flujos nos referimos a garantizar el funcionamiento armónico de la producción y el uso adecuado de los recursos naturales, no es más que un recorrido de la materia prima hasta convertirse en un producto determinado.

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 completen.

Administración de sueldos y salarios, cuando se cuenta con una descripción básica de desempeños, perfiles por puesto y organigrama de la empresa, el proceso de administrar sueldos y salarios resulta muy sencillo y súper rápido de realizar pues solo implica jerarquizar los puestos de la empresa, cuando hablamos de jerarquizar nos referimos a una organización de igual manera es una estructura que establece en ordena su criterio, tal criterio puede ser superioridad, inferioridad,

anterioridad, etc. Es decir cualquier calidad categórica de gradación agente que caracteriza su interdependencia.

CONCLUSION

Como podemos ver en nuestro ensayo lo que pretendemos es que en una empresa el producto sea de muy buena calidad, que los clientes queden satisfechos, que el producto sea comerciable, así misma seguir produciendo y seguir vendiéndolo y el marketing no ayudara a crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo con lucro de igual manera marketing identifica las necesidades y deseos no realizados, se encarga del proceso de planear actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece, así como la definición del producto o servicio.

Lo que pretendemos cuando hablamos de publicidad es la comunicación que inventa incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, y así mismo mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor y pueda ser comerciable.

BIBLIOGRAFIA

- Alcazar Rodriguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guia de planes de negocio. Mc Graw hill
- Rodriguez I.(2000). Planeacion, organización y direccion de la pequeña empresa. Mc Graw hill.
- Kotler, p., & armstrong, g. (2003). Fundamentos de marketing. Mexico:pearson.
- REYES Ponce, A. (2008). Administracion de empresas. Teoria y practica. Mexico: limusa.