**Nombre de alumno: Nancy Pérez Barrios**

**Nombre del profesor: contador Osvaldo francisco silvestre**

**Nombre del trabajo: cuadro sinóptico: aspectos mercadológicos**

**Materia: Desarrollo de pequeñas y medianas empresas**

**Grado: Noveno cuatrimestre**

**Grupo: A**

Frontera Comalapa, Chiapas a 19 de mayo de 2020.

# Aspectos mercadológicos

- **Investigación de mercados**
  - Aporta métodos y técnicas para la obtención de datos de manera rigurosa.
    - . Diseñar un sistema para el acceso a las fuentes de información.
    - . Proporcionar los métodos y técnicas adecuados para analizar los datos
    - . Interpretaciones que puedan sacar conclusiones
- **Estrategias de mercado**
  - . Proporcionar información
  - . Identificar problemas y oportunidades
  - . Desarrollar y evaluar cursos de acción
    - . Aplicación de la investigación
      - Precios, vetas, publicidad, distribución
    - . Proceso de la investigación
    - . Tipos de investigación
      - Exploratorios, descriptivos y causales
- **Producto**
  - Cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su consumo
    - Componentes
      - . Calidad: estar libre de defectos
      - . Características: herramienta competitiva
      - . Estilo: apariencia de un producto
      - . Diseño: contribuye a la utilidad del producto
- **Precio**
  - Los costos totales son la suma de costos fijos y variables
    - Tipos de precios
      - . Fijo total
      - . Fijo promedio
      - . Variable total
      - . Costo marginal
- **Publicidad**
  - Tiene como objeto comunicar la existencia del producto.
    - Fines básicos
      - . Informar
      - .Persuadir
      - .Recordar
    - Medios
      - . Revistas
      - .Radios, tv
      - .correo, volanteo
      - .internet
- **Canales de distribución**
  - Un camino o ruta en el que circula el flujo de productos desde su creación hasta su final.
    - Lugar de ubicación
      - . Métodos de selección
      - . Métodos analógicos
      - . Métodos gravitacionales