UDS
UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Crea tu mejo
EMPRENDA

Cuadro sinóptico

Aspectos mercadológicos

Osvaldo Francisco Silvestre Cárdenas.

PRESENTA LA ALUMNA:

Heydi Julieta García Díaz

9no cuatrimestre "c" licenciatura en administración de empresa

Frontera Comalapa, Chiapas

24 de Mayo del 2019.

ASPECTOS MERCADOLOGICOS

- Investigación de mercados: Los métodos y técnicas científicos para identificar y resolver problemas de mercadotecnia
- Estrategia de mercado
  - Con la finalidad de lograr los objetivos que la empresa o unidad de negocios se ha propuesto alcanzar en su mercado meta.
    - Estrategias de Crecimiento Intensivo
    - Estrategias de Crecimiento Integrativo
    - Estrategias de Crecimiento Diversificado
- Producto:
  - Cualquier cosa que se puede ofrecer aun mercado para su atención, adquisición, uso o consumo
    - Producto
      - Objetos físicos, servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas o mezclas
    - Servicios
      - Consiste en actividades, beneficioso satisfactores que se ofrece en venta
- Precio:
  - Los costos totales son la suma de los costos fijos y variables
    - Clases de costos:
    - Costo fijo total
    - Costo fijo promedio
    - El costo variable total
    - El costo variable promedio
    - El costo total
- publicidad:
  - La promoción es fundamentalmente comunicación
    - Tres fines básicos:
    - •Informar.•Persuadir.•Recordar.
- Canales de distribución
  - Este medio es el canal de ventas.
    - a) Reducción del número de transacciones
    - b) Adecuación de la oferta a la demanda
    - c) Creación de surtido
- Mercadotecnia internacional
  - Las posibilidades de expansión
    - Adaptación del público al uso del nuevo producto
    - Barreras culturales y lingüísticas
    - Consumo de información por los clientes potenciales
- Recursos humanos
  - Son un departamento dentro de las empresas
    - Incluiría desde el reclutamiento, selección, Contratación, bienvenida, formación, promoción, nóminas, contratos y despidos