**Nombre de alumna: ZULMY Mayoli Roblero López**

**Nombre del profesor:cp Osvaldo Francisco Silvestre**

**Nombre del trabajo: cuadro sinóptico**

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

**Grado:** noveno

**Grupo:** "C"

**ASPECTOS MERCADOLOGICOS**

- INVESTIGACION DE MERCADO
  - La investigación comercial aporta al sistema de información los métodos y técnicas adecuados para obtener datos y analizarlo
    - Mediante la investigación comercial el sistema de información puede proporcionar los estudios necesarios que permiten elaborar estrategias comerciales
      - Con lo que se puede alcanzar los objetivos de mercadotecnia de la organización.
- Producto
  - Conjunto de atributos tangibles e intangibles que pueden incluir empaque, color, precio, calidad y marca
    - Puede ser
      - -un bien
      - -un servicio
      - -un lugar
      - -persona
      - -idea
      - Creados por una empresa u organización con la finalidad de cubrir las necesidades de los consumidores y de esta forma crear demanda.
- Precio
  - Los costos totales son la suma de los costos fijos y variables para cualquier determinado de productos
    - Se compone de varios tipos de costos
      - _el costo fijo total es la suma de todos los costos fijos
      - _el costo fijo promedio
      - _el costo variable total es la suma de todos los costos variables.
      - etc.
- Publicidad
  - La publicidad es toda transmisión de información impersonal y remunerada, efectuada, a través de los medios masivos de comunicación
    - _prensa
    - _radio
    - _tele-visión etc.
      - Mediante anuncios o inserciones pagados por el vendedor y cuyo mensaje es controlado por el anunciante.
- Canales de distribución
  - Este medio es el canal de ventas
    - Está constituido por todo aquel conjunto de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto
      - Hasta llegar a manos del consumidor o usuario
- Recursos humanos
  - Al conjunto de empleados o colaboradores de una organización, sector económico o de una economía completa.
    - Se utiliza también se utiliza para referirse al sistema o proceso de gestionar que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal que la organización necesita para lograr sus objetivos.