UDS
UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Crea tu mejor historia
EMPRENDAMOS JUNTOS

DERECHO INTERNACIONAL PRIBADO

ALUMNO(A):

ROGER ORTEGA VELAZQUEZ

CUADRO SINOPTICO

UNIDAD 111

FRONTERA COMALAPA CHIS. A 07 DE JUNIO DE 2020

IMPLEMENTACION DEL MODELO DEL NEGOCIO

- 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, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor.
- INVESTIGACIÓN DEL MERCADO
  - Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.
- TAMAÑO DEL MERCADO
  - El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son; para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, 64 sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera.
- ESTUDIO DEL MERCADO
  - ES EL MEDIO PARA
    - Recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.
  - OTROS
    - en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio (opinión sobre el producto, precio que está dispuesto a pagar, etc.), para lo cual se recomienda hacer un estudio de mercado, a través de una encuesta o entrevista.