

Carrera de administración de estrategias de negocios

Alumno: Raúl Eduardo Jiménez Gómez

Maestra: Yaneth Del Roció Espinosa Espinosa

Materia: Bases Fiscales

Cuatrimestre: 4to. Cuatrimestre

Tema: Súper Nota

Entorno de la mercadotecnia

Mercado

Según Fischer, Laura y Espejo, Jorge. El mercado son los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio (2003).



-La presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer.

-La presencia de un producto que pueda satisfacer esas necesidades.

-Las presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos con necesidades, a cambio de una remuneración.

Comportamiento del consumidor.

Proceso de compra en el que los consumidores finales adquieren un producto o servicio. Este proceso inicia cuando se reconoce la necesidad, después se identifican y evalúan alternativas, se realiza la compra, se usa y concluye con la experiencia post compra.



Mercado internacional

Tipos de mercado

Mercado metropolitano.

Mercado nacional

Las empresas tienen identificado geográficamente su mercado. En la práctica, los mercados se dividen así:

Mercado local

Mercado regional

Mercado de intercambio comercial al mayoreo