



Universidad del Sureste Escuela de Medicina

**Alumna:
Daniela del C. García Ramírez**

**Docente
Dra Ana Laura Culebro Torres**

**Lugar
Comitán de Domínguez Chiapas**

El 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, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización

Objetivos del marketing

El Objetivo

Es necesario definir lo que se quiere lograr con el producto o servicio en términos de venta, distribución y posicionamiento en el mercado

Corto plazo

6 meses

Mediano plazo

1 año

Largo plazo

2 años

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

Estudio del mercado

Objetivo del estudio de mercado

Es necesario conocer en forma directa al cliente, 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.

- Encuesta
- Aplicación de encuesta
- Resultados obtenidos
- Conclusiones del estudio realizado

4P

- precio
- plaza
- producto
- promoción que se les da al producto