Nombre del alumno:

Lorena Marisela Vázquez Gómez.

Nombre del profesor:

Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga.

Licenciatura:

Enfermería.

Materia:

Taller del emprendedor.

Nombre del trabajo: mapa conceptual.

3.1 El mercado

3.2 Objetivos del Marketing

3.3 Investigación del mercado

3.4 Estudio del mercado

3.5 Las 4 P´s

3.6 Producción

3.7 Elementos de producción

3.8 Organización

3.9 Elementos de organización"

Frontera Comalapa, Chiapas a 4 de julio del 2021

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

El mercado.

El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en

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

Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar (nivel local: colonia, sector, etc.; nivel nacional: de exportación regional, mundial, u otros), así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos.

- A corto plazo.
- A mediado plazo.
- A largo plazo.

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.

Objetivo del estudio del mercado.

Una vez que se define el producto o servicio, es necesario que la empresa determine la información que desea obtener a través del estudio de mercado, la cual le permitirá tomar decisiones respecto al precio, presentación y distribución del producto.

Las 4 P´s

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado

- Costo de distribución del producto.
- Control que pueda tener sobre políticas de precio, promoción al consumidor final y calidad del producto con base en los deseos del cliente.
- Conveniencia para el consumidor del punto final de venta (por cercanía, preferencia de compra en cierto tipo de tiendas, etc.). PROMOCION, PUBLICIDAD. MARCAS, ESIQUETA, EMPAQUE Y FIJACION.

Producción.

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores.

Objetivos del área de producción

- Bienes industriales.
- Bienes de consumo.
- Servicios comerciales.
- Servicios profesionales.

Elementos de producción.

El diseño de un producto o servicio debe cumplir con varias características, entre otras:

- Simplicidad y practicidad (facilidad de uso).
- Confiabilidad (que no falle).
- Calidad (bien hecho, durable, etcétera).

Elementos de organización.

El primer paso para establecer un sistema de organización en la empresa es hacer que los objetivos de la empresa y los de sus áreas funcionales concuerden y se complementen; una vez que se realiza esto, es necesario definir los siguientes aspectos:

1. Procesos operativos (funciones), de la empresa
2. Descripción de puestos
3. Definición del —perfil‖ del puesto, en función de lo que se requiere en cuanto a:
4. • Características físicas.
5. • Habilidades mentales.
6. • Preparación académica.
7. • Habilidades técnicas (uso de máquinas y herramientas).
8. • Experiencia laboral.