

**Universidad del sureste**

**Campus Tuxtla**

**Medicina veterinaria y zootecnia**

**Taller del emprendedor**

**Clase en línea y ejercicio asignado**

**Profe: Lic. Jessica Alejandra Velázquez Cortez**

**MVZ: Vanesa del Carmen López Mendoza**

**Fecha: lunes, 21 junio 2021**

**Fecha de entrega: domingo, 27 junio 2021**

**Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.**

# El mercado, su estudio y objetivos

El mercado 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.

Marketing define el producto o servicio a partir de las preferencias del consumidor, para crear un intercambio que satisfaga los objetivos de ambos.

Objetivos de marketing:  
-Se debe tener en cuenta el lugar donde se piensa incursionar en mercado.  
-tiempo en que se logran los objetivos.

Publicidad  
Estrategia y ejecución  
Resumen de la estrategia.  
Visión general de los medios de comunicación y distribución en el tiempo.  
Resumen del gasto en publicidad.

Estrategias de comunicación:  
Mensaje dependiendo del público al que va destinado  
Datos demográficos de los consumidores objetivo

Competencia:  
Tener una visión general de los competidores, conocer sus puntos Fuertes.

Posicionamiento: Informe que define con precisión el producto en su mercado y con respecto a sus competidores a lo largo del tiempo.  
Da Promesas al consumidor, informe que resume los beneficios del producto o servicio para el consumidor.