



**Nombre de alumno: Anahí González
Sánchez**

**Nombre del profesor: Lic. Jezabel
Ivonne Silvestre Montejo**

Nombre del trabajo: Súper nota

Materia: Taller del emprendedor

Grado: Noveno cuatrimestre

Grupo: "B"



IMPLANTACIÓN DEL



MODELO DE NEGOCIOS



MERCADO

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.

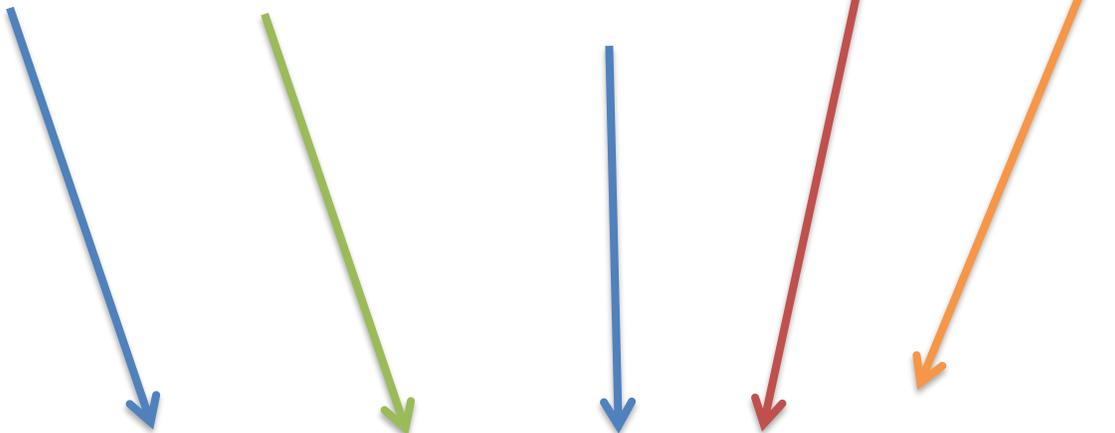
MARKETING



- CORTO PLAZO
- MEDIANO PLAZO
- LARGO PLAZO



- ✚ *Es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse.*
- ✚ *Se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.*





- **Tamaño del mercado**
- **Estudio del mercado**
 - **Encuesta**





La venta de un producto se facilita cuando el cliente conoce el producto y lo solicita por su nombre



La cantidad de dinero que se paga por los bienes o servicios constituye su precio.



Escoger rutas mediante las cuales, de la manera más eficiente posible, se transporte el producto desde el centro de producción hasta el consumidor



Acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas e, indirectamente, las etiquetas y el empaque.



PRODUCCIÓN



Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores. Producto. Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor.





El plan de trabajo consiste, básicamente, en asignar tiempos, responsables, metas y recursos a cada actividad de la empresa, de tal manera que sea posible cumplir con los objetivos que se ha trazado y preparar todo lo necesario para el inicio de operaciones.



Es la asignación de tiempos, responsables, metas y recursos a las diferentes actividades de una empresa de forma que se cumplan los objetivos.

