



**Universidad Del Sureste**

**Lic. Administración y estrategias de  
negocio**

**Desarrollo de Pequeñas y Medianas  
Empresas**

**Alumno: Jonathan Galindo Alfaro**

**“Unidad II”**

**Docente: Myreille Eréndira  
Rodríguez Alfonso**

**29 de Junio del 2021 Comitán de  
Domínguez, Chiapas**

Tres tipos principales de tecnología

Tres tipos principales de tecnología

Según Joan Woodward:

- De unidad o de menor escala, en la que se elaboran productos o servicios hechos a la medida y gusto del consumidor
- De producción en gran escala, como la que se encuentra en las líneas continuas de montaje.
- De proceso, implica la transformación de materia prima a través de una serie continua de procesos automatizados.

TECNOLOGIA: conocimiento y capacidad para pensar sobre el proceso de transformación en términos de hechos concretos, conceptos y teorías.



CIBERCULTURA: es el conjunto de técnicas, de maneras de hacer, de maneras de ser, de valores, de representaciones que están relacionadas con la extensión del Ciberespacio, la Ciber cultura que está surgiendo, del uso de redes informáticas para la comunicación, el entretenimiento y el mercado electrónico. Es una cultura nacida de la utilización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación

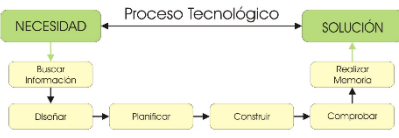


La cibercultura se puede apreciar desde tres puntos de vista:

La cibercultura se puede apreciar desde tres puntos de vista:

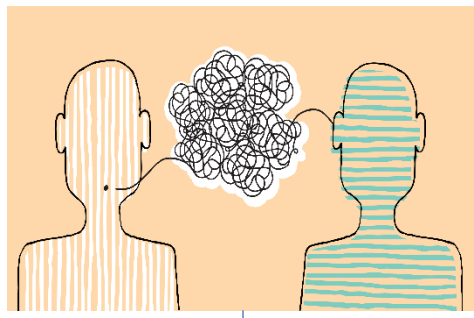
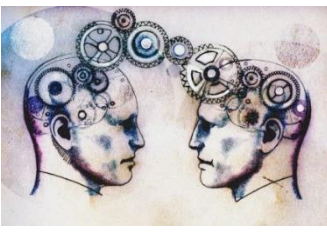
- Interactividad: Relación entre la persona y el entorno digital definido por el hardware que los conecta a los dos.
- Hipertextualidad: Acceso interactivo a cualquier cosa desde cualquier parte.
- Conectividad: Es lo potenciado por la tecnología.

LA TECNOLOGÍA EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS



Conocimiento del receptor

CREATIVIDAD: La creatividad no es un don sobrenatural, sino una mezcla de capacidad innata con toneladas de trabajo. La creatividad mejora en profundidad, precisión y velocidad cuando se dominan los temas y se discuten a solas o en grupo.



Conocimiento del producto o marca

DESARROLLO ESTRATÉGICO

**MARKETING**

La principal función de la publicidad es llevar mensajes a la mente del consumidor.

Hacer que el consumidor piense en la marca y en sus beneficios es el primer gran reto.

El consumidor difícilmente compra lo que no conoce. La guerra de las marcas se libra en la mente del consumidor.

Debemos tener claro dentro de los objetivos cual es la posición de marca que se quiere tener.

El elemento más importante de la publicidad es un concepto creativo eficaz, que debe nacer de la energía misma del producto y tener la suficiente simplicidad, honestidad y atractivo como para mantenerse durante todo el tiempo de vida de la marca.

El respeto por la verdadera identidad de los receptores comienza con el respeto por ellos como personas, el cual debe vencer tanto los paradigmas como los prejuicios

