



DANIELA DIAZ LOBOS

Nombre del profesor: MYREILLE RODRIGUEZ

Nombre del trabajo: MAPA CONCEPTUAL

**Materia: DESARROLLO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS
EMPRESAS**

Grado: NOVENO CUATRIMESTRE



Comitán de Domínguez Chiapas a 10 de junio de 2021.

ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

PRECIO

Costos de un producto. La asignación de precios de un producto también debe considerar su costo.

Un costo fijo, como la renta, los salarios de ejecutivos o el impuesto a la propiedad, se mantiene constante con independencia de cuantos artículos se produzcan.

PUBLICIDAD

La calidad del producto es necesaria para mantener el cliente, pero, por si sola, no es suficiente para atraer nuevos compradores.

TIPOS DE INVESTIGACION

- Diseños exploratorios.
- Diseños descriptivos.
- Diseños casuales.

PRODUCTO

Un producto puede definirse como cualquier cosa, favorable o desfavorable, que una persona recibe un intercambio.

El producto es un conjunto de atributos creados por una empresa u organización con la finalidad de cubrir las necesidades de los consumidores y de esta forma crear demanda.

INVESTIGACIONES DE MERCADOS

La investigación comercial aporta al sistema de información los métodos y técnicas adecuadas para obtener datos y analizarlos de forma rigurosa.

ELEMENTOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS

El termino investigación de mercado utiliza muchas veces como sinónimo de investigación comercial.

CANALES DE DISTRIBUCION

El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor.

PROCESOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS

- Diseño de la investigación.
- La obtención de la información.
- El tratamiento y análisis de los datos.
- Interpretación de los resultados.
- Presentaciones de conclusiones.