



**ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS**

**ALUMNO: RAUL DE JESUS SANCHEZ ESCOBAR**

**PROFESORA: MIREILLE ERENDIRA RODRIGUEZ**

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

**CUATRIMESTRE 9**

**COMITAN DE DOMINGUEZ CHIAPAS**

# ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

## Investigación de mercados

aporta al sistema de información los métodos y técnicas adecuados para obtener datos y analizarlos de forma rigurosa.

proporcionar los estudios necesarios que permitan elaborar estrategias comerciales efectivas,

proporciona al sistema de información, en primer lugar, la metodología adecuada para obtener los datos que precisa.

deben derivarse interpretaciones que permitan sacar conclusiones válidas para la toma de decisiones de mercadotecnia.

## Estrategias de mercado

### producto

variedad, calidad, diseño, marca, características, embalaje

son las diferentes acciones realizadas desde el marketing con el fin de diseñar y producir un bien o servicio considerando principalmente las necesidades y preferencias del consumidor.

### ventas

optimizar los gastos, incrementar la productividad, determinar los objetivos

### precio

descuento, diseño, periodo de pagos, tipos de precio, condiciones

a todos aquellos recursos de marketing que una empresa puede desarrollar consistentes en la modificación de los precios de sus productos.

### publicidad

venta personal, redes sociales, social ads, email marketing

## canales de distribución

es el medio por el cual una empresa o fabricante coloca sus productos o servicios a disposición del consumidor final.

Contar con los distribuidores adecuados es una de las formas más convenientes para hacer crecer saludablemente un negocio o empresa

### mercadotecnia internacional

es el conjunto de estrategias, técnicas y procesos implementados por una empresa con el objetivo de posicionar su marca en un mercado nacional externo a su país de origen

Las funciones del departamento de marketing internacional son las mismas que las del departamento de marketing nacional: Investigación comercial, planificación comercial, organización comercial, control comercial y logística.

## estrategias competitivas

es el plan de la empresa que, orientado a largo plazo, le ayuda a explotar sus fortalezas, desarrollar nuevas capacidades y aprovechar oportunidades.

tienen como objetivo que la empresa pueda mejorar su posición en el mercado respecto a las empresas del sector.

### recursos humanos

Constituyen los medios que las organizaciones emplean para localizar, contactar e influir en los clientes o usuarios.

tiene como finalidad, en consecuencia, la satisfacción de los empleados: deben conocer sus sueños y necesidades, averiguar cómo satisfacer, motivarlos para conseguir un mayor rendimiento a nivel profesional