

Universidad del Sureste.

TALLER DEL EMPRENDEDOR

Luvy Darseth Morales Suarez

Andrés Alejandro Reyes

CUADRO SINOPTICO.

09 de julio del 2021

LICENCIATURA EN DERECHO 8° CUATRIMESTRE



UNIDAD III IMPLANTACION DEL MODELO DE NEGOCIO

MERCADO

También llamado marketing, es el proceso de planeación de las empresas sobre sus productos y demás características accesibles y benéficas para los consumidores, es decir relaciona a la empresa y a los clientes basado de sus servicios y productos elaborados de la mejor manera siendo de estos eficientes.

Cada empresa debe establecer su margen de mercado para hacer que la misma pueda desarrollarse poco a poco, por eso mismo se debe contemplar primeramente los objetivos que desea lograr, proponer metas que se alcancen mejorará el panorama para hacer de la empresa redituable, eficaz y longeva.

Algunas empresas ponen en practica una serie de encuestas sobre los productos o servicios que otorga la misma, con la finalidad de que de manera táctica se pueda estudiar el campo de mercado que tiene. Es una herramienta útil el llevar a cabo tanto encuestas como entrevistas como por ejemplo: ¿Qué opina del producto/servicio?, ¿Nuestros empleados atienden de manera eficaz? ¿Le sirvió el producto? Y muchísimas

LAS 4 P

PUNTO DE VENTA

Es el espacio en donde localizamos los productos (su ubicación), el transporte que emplea o el tiempo que opera la empresa

PRODUCTO

Es aquello que se pretende vender, el producto desde su producción o el servicio que otorga la empresa.

PRECIO

Es el valor monetario que se le otorga por prestar los servicios, o el costo de producción al crear el producto

PROMOCIÓN

Son los métodos publicitarios para hacer conocer los productos o servicios que otorga la empresa.

Literalmente son usados como herramientas dentro de las empresas para mejorar sus productos y servicios además de estudiar la eficacia de los mismos y evaluar si se cumplen con cada uno de los puntos expuestos. Con la finalidad de poder satisfacer de manera eficaz a los clientes y no afectar a la empresa.

ORGANIZACIÓN

Son las formas que emplea la empresa de manera interna en sus actividades y con sus empleados para alcanzar eficaz y eficientemente los objetivos que la empresa tiene.

Procesos operativos de la empresa: ¿Qué se hace? ¿Cómo se hace? ¿Con qué se hace? • ¿Dónde se hace? • ¿En cuánto tiempo se hace?

Descripción de puestos: Agrupar funciones, crear puestos por actividades según el tiempo, Organigrama.

Definición del perfil del puesto: Características físicas, habilidades mentales, Preparación académica, Habilidades técnicas, Experiencia aboral.

Dichos perfiles deberán ser más específicos para poder cubrir correctamente las necesidades de los mismos, por eso se debe conseguir un buen personal y no es tarea fácil. Entre mejor eficacia con los empleados mejor calidad para otorgar tanto productos y servicios, por eso se debe contemplar los de conocimientos y habilidades.

Bibliografía/Linkografías:

1.- Antología de la materia.