



**Nombre de alumnos:**

**Lucero Vázquez Rodríguez**

**Nombre del profesor:**

**C.P Víctor tadeo cruz**

**Nombre del trabajo:**

**taller del emprendedor**

**Materia:**

**Contaduría pública**

**Grado:**

**9 cuantromestre**

**Grupo: B**

**Una visión, debe ser:**

Motivadora para todos los integrantes

**Ventajas competitivas**

Todo producto o servicio de una empresa debe encaminarse a la satisfacción de una Necesidad o a la solución de un problema de un segmento de mercado definido. Lo anterior Fundamenta el posible éxito

**El mercado**

El marketing se encarga del 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, así como De la definición del producto o servicio

**Objetivos del Marketing**

Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con El producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

**Investigación del mercado**

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben Buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo Pueden satisfacerse.

**Tamaño del mercado**

El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de Información

**Marcas**

La venta de un producto se facilita cuando el cliente conoce el producto y lo solicita por su Nombre; esto es posible gracias a las marcas.

**Etiqueta**

Se le llama etiqueta a las formas impresas que lleva el producto para dar información al Cliente acerca de su uso o preparación.

**Materia prima**

b Independientemente del giro de la empresa es necesario contar con los insumos que apoyan El proceso productivo o la prestación del servicio,

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO