



Nombre de alumnos: Marlinda Mayrandi Alfaro Mazariegos

Nombre del profesor: Ana Claudia Culebro Torres

Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9no.

Grupo: "A"

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 09 de julio del 2021.

UNIDAD III

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

3.1 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 con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

3.2 Objetivos del Marketing

es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar, así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos.

3.3 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.

El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son.

Consumo aparente: Una vez que ha definido el segmento de mercado, debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa

3.4 Estudio del mercado

Que es?

El estudio de mercado es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

Objetivo del estudio de mercado

Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio, para lo cual se recomienda hacer un estudio de mercado, a través de una encuesta o entrevista.

Encuesta tipo

Es muy importante que los datos que se quieren conocer respecto al mercado potencial de la empresa se traduzcan a preguntas claras, concretas.

La conclusión del estudio de mercado es la interpretación de los datos obtenidos, proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa para obtener una imagen lo más clara

Referencias:

USD. (s.f.) *plataformaeducativauds*. Recuperado el: 08 de junio del 2021, Culebro Torres A. Antología de taller del emprendedor. <https://plataformaeducativauds.com.mx>.