



**Nombre del alumno:** Paola Suaznavar Ruiz

**Nombre del profesor:** Ana Laura culebro torres

**Nombre del trabajo:** Cuadro sinóptico unidad 4

**Materia:** Taller del emprendedor

**Grado:** 9º cuatrimestre

**Grupo:** "B"

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 8 julio de 2021

WALLER DEL  
IMPRENDEDOR:

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 satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

3.2 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. Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar (nivel local: colonia, sector, etc.; nivel nacional: de exportación regional, mundial, u otros), así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos.

3.3 investigación del mercado: Las investigaciones deben buscar la satisfacción del cliente, para lograrlo se necesita conocer sus necesidades

Tamaño del mercado: Dónde están, quienes son, edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera.

Demanda potencial: Se cuenta con un cálculo del consumo aparente del mercado.

3.4 Estudio del mercado: 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 (opinión sobre el producto, precio que está dispuesto a pagar, etc.), para lo cual se recomienda hacer un estudio de mercado, a través de una encuesta o entrevista.

