



PASIÓN POR EDUCAR

Nombre del alumno:

López Vázquez Osvaldo Rafael

Nombre del profesor:

Ana Laura Culebro

Nombre del trabajo:

Cuadro sinóptico

Materia:

Taller de emprendimiento

Grado:

9no cuatrimestre

Grupo: "B"

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 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.

3.3 Investigación del mercado

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información

Tamaño del mercado El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles pueden tener la empresa

Demanda potencial Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa

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.