



Nombre de alumno: Ana Gabriela Villafuerte Aguilar

Nombre del profesor:

Dra. Martha Cecilia Gordillo Domínguez

Nombre del trabajo:

Mapa conceptual sobre el estudio comercial o de mercado

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Formulación de proyectos

Grado: 3° Cuatrimestre

Grupo: Único

Maestría en Administración

Estudio de mercado

Demanda

Propósitos

Conocer las necesidades del consumidor

Medir aspectos que influyen un producto o servicio

Determinar la posibilidad de que el producto funcione

Determinantes la demanda

Conocer las necesidades y cantidad de consumidores

Pronósticos

Demanda elástica

Demanda inelástica

Demanda unitaria

Clasificación

Potencial

Real

Oferta

Elasticidad de la oferta

Perfectamente inelástica.

Perfectamente elástica.

Elasticidad unitaria.

Oferta actual

Segmentación

Según sus factores se dividen en:

- Segmentación Geográfica.
- Segmentación Demográfica.
- Segmentación Psicológica.
- Segmentación psicográfica.
- Segmentación Sociocultural.
- Segmentación Relacionada con el Uso.
- Segmentación por la Situación de Uso.
- Segmentación por Beneficios.

Mezcla de mercadotecnia

Producto

Las características que deben tener son:

Marca

Envase

Logotipo

Color diseño

Slogan

Precio

Plaza

Existen dos tipos:

Productos de consumo

Productos industriales.

Promoción

Algunas formas de promoción son:

• Las ventas personales

• La promoción de ventas