



Nombre de alumno: Ismael Lara Vega

Nombre del profesor: Lic. Sandra Daniela Guillén Pulido

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico

Materia: Taller del emprendedor

PASIÓN POR EDUCAR

Semestre: 7mo Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 8 de octubre de 2021.

UNIDAD 2

1.5 Investigación del mercado

Marketing

- Objetivos del marketing — Se debe definir que se desea lograr con el producto o servicio en relación a ventas, precio, etc.
- Investigación de mercado — Obtención de información en el área de marketing, en base a la situación del cliente
- Tamaño del mercado — Cuantos clientes posibles puede tener la empresa
- Consumo aparente — Es el número de clientes potenciales, así como el consumo que se estima que hagan
- Demanda potencial — Cuantos clientes posibles puede tener la empresa
- Participación de la competencia en el mercado — Se debe enfocar en desarrollar entrada del producto, ofrecer innovación y desarrollar nuevos productos
- Estudio del mercado — Medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado, en base a diversos métodos, como encuestas, necesarias para conocer en forma directa al cliente.

1.6 Análisis y elaboración del prototipo del producto

Prototipo

Es aquella forma del producto que contiene los rasgos principales del mismo, se lleva a cabo en distintas fases y sirve para observar, deficiencias, fortalezas y necesidades

Las fases son, diseño, prototipaje, pruebas, evaluación, y mejoras

El producto o servicio debe pasar por diversas pruebas, lo que incluye la etapa del prototipado, empezando por el diseño en sus diferentes métodos

Bocetos

Esquema que lleva rasgos principales del proyecto

Croquis

Es un gráfico de un espacio que no hace empleo de instrumentos de precisión

Planos

Se proyecta una expresión gráfica en el

Gráficos

Modelo que expresa cantidades, entre otras en relación a 2 parámetros, pueden ser de barras, en pastel, etc.

Maqueta

Representa un modelo a escala menor del producto o en tamaño menor

Dibujo

1.7 Elaboración de un reglamento interno

Reglamento

LFT: Cap, V, Art. 22 en adelante; Reglamento interior de trabajo es el conjunto de disposiciones obligatorias para trabajadores y patrones en el desarrollo de los trabajos en una empresa o establecimiento

Se compone de proemio legal, exposición de motivos, disposiciones generales, de la competencia y la organización, de las facultades de las autoridades administrativas, de las facultades específicas de las distintas áreas de la empresa, derecho y obligaciones de los trabajadores, transitorios y formas.

1.8 Elaboración de presupuesto de cada área funcional

Presupuesto

Representación cuantitativa de actividades a realizar en una organización para planificar y coordinar las funciones de la

Importancia

Ayudan a minimizar el riesgo en operaciones de organización, se mantienen límites razonables en planes, y cuantifican términos financieros sobre los diversos componentes de la empresa

Objetivos

Planear integral y sistemáticamente las actividades de la empresa en un periodo determinado