



Comitán de Domínguez, Chiapas, México a 24 de septiembre 2021.

1.- ¿Qué entiende por Marketing?

Después de una lectura a mi antología de la materia puedo conceptualizar que el marketing es un proceso muy completo y estandarizado por medio del cual a mi como empresa me permite definir y planear ciertas actividades relacionadas con la promoción, distribución, la venta de los bienes y los servicios que ofrecemos, toda esta idea se orienta a tener una relación empresa y consumidor, con el único fin de satisfacer la demanda de nuestros clientes y a su vez posicionar nuestra empresa en todos los aspectos.

2.- ¿Cuáles son los objetivos del marketing?

Considero que primordialmente debemos tener establecidos nuestros objetivos a corto plazo ya que en base a ellos podremos trabajar definiendo que pretendemos alcanzar con nuestro producto, analizando detenidamente la logística y la accesibilidad de la distribución del producto, así como también tener un mercado de consumidores ya establecidos e identificados para que este esfuerzo y trabajo sea exitoso.

3.- ¿A qué nos referimos al hablar de investigación de mercado?

El estudio de mercado es una herramienta muy indispensable y sobre todo valiosa ya que por medio de un análisis muy profundo podremos obtener información sobre a qué tipo de consumidores queremos llegar y sobre todo si nuestro producto o servicio tendrá éxito de venta o consumo, buscando siempre las necesidades del cliente y por qué no si este no las tiene ver la forma de hacer que necesite de nuestros servicios y productos creando necesidad y esto a su vez nos ayudara en las estrategias del marketing.

4.- ¿Cuáles son los objetivos del estudio de mercado?

El objetivo es conocer de forma directa al cliente, opinión sobre el producto y cuanto está dispuesto a pagar.

5.- ¿Cuál es la metodología para el estudio de mercado?

Mediante una combinación de diferentes conceptos obtenidos en mi lectura podría definir que el estudio de mercado necesita principalmente tener ya planeada la estrategia para conocer a sus clientes y posteriormente utilizar, una encuesta ya con el mercado o tipo de cliente al que se quiera llegar, posteriormente aplicar la encuesta, del resultado obtenido debemos organizar y analizar los datos, y sacar una conclusión del estudio de mercado que realizamos y con base en eso posteriormente debemos:

1. Desarrollar la entrada del nuevo producto al mercado.
2. Ofrecer innovaciones periódicas, como nuevos sabores, colores o presentaciones.
3. Desarrollar nuevos productos.
4. Intensificar la lucha por ganar participación de mercado a través de campañas periódicas de promoción y publicidad.

BIBLIOGRAFIA

1. Antología taller del emprendedor UDS.