



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.