



Universidad del Sureste Escuela de Medicina

CUESTIONARIO

**MATERIA
TALLER DEL EMPRENDEDOR**

**DOCENTE:
LIC. SANDRA DANIELA GUILLEN
PULIDO**

**PRESENTA
GONZALEZ REQUENA NYMSSI
MICHELL**

**Comitán de Domínguez, Chiapas a 22 de septiembre del
2021**

¿Qué entiende por Marketing?

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 ofrece, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

¿Cuáles son los objetivos del marketing?

- Definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.
- Tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar (nivel local: colonia, sector, etc.; nivel nacional: de exportación regional, mundial, u otros).
- Tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos.

¿A qué nos referimos al hablar de investigación de mercado?

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de información. Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse.

¿Cuáles son los objetivos 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. Para lograr lo anterior, debe definir el producto o servicio que planea ofrecer, de acuerdo con el punto de vista del consumidor potencial.

Una vez que se define el producto o servicio, es necesario que la empresa determine la información que desea obtener a través del estudio de mercado, la cual

le permitirá tomar decisiones respecto al precio, presentación y distribución del producto. Asimismo, puede investigar la frecuencia de consumo del producto o servicio.

¿Cuál es la metodología para el estudio de mercado?

- Recopila
- Registra
- Analiza

Los datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.