UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Licenciatura en Medicina Humana

Materia:

Taller del emprendedor

Mapa conceptual:

3ra unidad

Docente:

Lic, Gladis Adilene Hernández López

Alumno:

Víctor Eduardo Concha Recinos

Semestre y Grupo:

7º "A"

Comitán de Domínguez, Chiapas a; 28 de Mayo de 2022

Implantación del modelo de negocios

Incluye

- El mercado
  - Apoyado de
  - Marketing
  - Que es el
  - Encargado de planear actividades de la empresa
  - Como son
  - Precio, promoción, distribución, ventas, servicios
  - Para
  - Crear un intercambio entre consumidor y empresa
  - En
  - Donde ambos satisfagan sus necesidades
- Objetivos del marketing
  - Para
  - Definir lo que deseamos lograr
  - Este es el
  - El pocisionamiento en el mercado
  - En donde
  - Se toma en cuenta el área, segmento de mercado que se planea abarcar, tiempo, etc.
- Investigacion de mercado
  - Para
  - Conocer las necesidades del cliente
  - Y después
  - Dar una posible solucion a ello.
  - Todo esto
  - Utilizando herramientas de obtención
  - Para eso se debe
  - Establecer el tamaño del mercado, viendo a futuro
  - Con un
  - Consumo aparente: identificando número de clientes potenciales
  - Para proporcionar una
  - Demanda potencial: proyectando el crecimiento promedio a corto, mediano y largo plazo
- Estudio de mercado
  - Es el
  - Medio para recopilar datos de mercado
    - Con el
    - Objetivo de conocer de forma directa al cliente
    - Por medio de
    - Encuestas o entrevistas, definiendo lo que ofrecerán
    - Para
    - Obtener información que ayude a tomar decisiones
    - Como
    - La encuesta que pretende recopilar info del potencial de mercado
    - Debe ser
    - Breve, poco complicada, concreta, clara y que arroje la información que se quiere
    - Ser
    - Evaluada por 2 o 3 personas antes de lanzarlas para evitar confusiones
    - Y
    - Para finalizar con la interpretación de datos obtenidos, ayudarnos del marketing y lanzar la propuesta
- Las 4 p´S
  - Incluye
  - **Distribución y puntos de venta:** Escoger rutas para hacer llegar el producto hasta el cliente tomando en cuenta: costo de este, control de políticas de precio, capacidad de la empresa, etc
  - También
  - **Promoción del producto/servicio:** Por medio de publicidad para que llegue el mensaje al mercado. Ayudado de medios como televisión, radio, periódico, volantes, etc
  - Anexando
  - **Promoción de ventas:** Necesaria para que el cliente ubique el producto, y es ayudado por actividades llamativas como muestras gratuitas, regalos, rebajas, ofertas, etc
  - Por medio de
  - **Marcas:** Esta ayudará a que nuestra clientela nos ubique de una mejor manera y sea más fácil la compra
  - Y
  - **Etiqueta:** Son aquellas formas impresas del producto para proporcionar información y son obligatorias
  - También el
  - **Empaque:** Debe ayudar a vender el producto como medio publicitario, debe ser lo menos contaminante posible
  - Por último
  - **Fijación y política de precios:** El precio influye en la percepción final es por eso que se debe hacer una balanza entre calidad-precio

Bibliografía: https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/e43df90da9632c9527bf3e9336af52c5.pdf