UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Licenciatura en Medicina Humana

Materia:

Taller del emprendedor

Mapa conceptual:

Empresa y Producto

Docente:

Lic. Gladis Adilene Hernández López

Alumno:

Erick José Villatoro Verdugo

Semestre y Grupo:

7º "A"

Comitán de Domínguez, Chiapas a; 26 de Febrero de 2022.

Empresa y Producto

Relación empresa-consumidor

Consiste en

Traba y se prolonga un diálogo permanente y sutil

Donde el

Objetivo primordial es la satisfacción del cliente

Para tratar de

Conseguir crear una oferta realmente atractiva para el Mercado.

Para ello

El producto debe estar cargado de sentido para el consumidor

Pero por

Motivos de no ser correspondido

El consumidor

Se separa inevitablemente de una empresa que no lo escucha ni oye.

Porque en caso de

La existencia de un producto de calidad con integridad en necesidades de mercado.

No

Significa que haya cumplido su desarrollo en Marketing

Publicidad

Tiene la

Misión de traducir prácticamente

De

Forma verbal o gráfica todo el mensaje

En que el

Propio producto quiere transmitir al Mercado.

Para

Que cada producto se facilite la propuesta al publico

Pero

Puede ver influenciada

Por las siguientes

- Habilidad y experiencia del fabricante
- Posición de su competencia
- Evolución de los métodos de producción
- Descubrimientos de la ciencia
- Aplicación de productos de sustitución
- Política de los estados
- Gustos, necesidades y deseos del consumidor

Esto supone un

Problema complejo

Producto

Se define como

Cualquier servicio, bien materia o idea

Con el

Valor para el consumidor y satisface una necesidad

Donde

El marketing se encarga de crear un cóctel con elementos

De tipo

Tangible e intangibles

Pero el cual

Debe tener características

Para poder

Darle personalidad y conocer más el producto

Así como

- Núcleo
- Calidad
- Precio
- Envase
- Diseño
- Marca
- Servicio
- Imagen del producto
- Imagen de la empresa

Tipos de producto

Interviene una

La división entre productos de consumo e industriales.

Que

Se define como un nombre término o símbolo (mixto)

Con el fin de

Identificar los productos y servicios de un vendedor y diferencias a sus competidores

Que tienen ventajas

Para el comprador

- Facilita la identificación del producto o servicio
- Identifica al fabricante o vendedor
- Garantiza determinadas prestaciones del producto

Para el fabricante o vendedor

- Distingue sus productos de la competencia
- Facilita la compra del producto de la empresa
- Facilita la publicidad y promoción del producto
- Facilita la introducción de nuevos productos

Gestión del producto

Para ello se necesita

Atender necesidades importantes

Con ayuda de

- Temporalidad del producto → Para determinar en gran medida las acciones realizadas en la empresa en otros departamentos
- Características → Es importante hacer una clara distinción entre los atributos físicos del producto y su percepción

Para presentar la

Cartera de productos

Debido a que

Una empresa generalmente vende varios productos, por lo que el análisis de la estrategia de productos

Debe contener

Cartera de productos, línea de productos, amplitud de cartera y profundidad de dicha cartera

Para generar una

Calidad de producto

Pero

No se tiene en cuenta todavía la calidad del producto

Sino el

Valor de las sugerencias del producto.

David Pérez (1987) “El producto. Concepto y Desarrollo”, 66. MBA Edición, EOI editoriales.

https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/0bac41b49f540ca7acc776db45d3a7ab.pdf