



Nombre del Alumno: Liri Yanet lopez Pérez

Nombre del tema: Mapa conceptual

Nombre de la Materia: Taller de emprendedor

Nombre del profesor: Alberto de Jesus lopez Muñoz

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Cuatrimestre: 9no

UNIDAD III. IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

3.1 El mercado

El marketing se encarga del 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

3.2 Objetivos del Marketing

Definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

3.3 Investigación del mercado

Deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse

3.5 Las 4 P's

Determinar cómo hacer llegar los productos al mercado. Para ello se deben escoger rutas mediante las cuales, de la manera más eficiente posible, se transporte el producto desde el centro de producción hasta el consumidor

3.6 Producción

La transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores es la producción. Tales productos pueden ser bienes o servicios

3.7 Elementos de producción

- Simplicidad y practicidad (facilidad de uso). - Confiabilidad (que no falle). - Calidad (bien hecho, durable,

3.8 Organización

La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.

3.9 Elementos de organización

El primer paso para establecer un sistema de organización en la empresa es hacer que los objetivos de la empresa y los de sus áreas funcionales concuerden y se complementen

UNIDAD IV. PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

4.1 Plan de trabajo

El plan de trabajo consiste, básicamente, en asignar tiempos, responsables, metas y recursos a cada actividad de la empresa

4.2 Marketing

El marketing es el sistema de investigar un mercado, ofrecer valor y satisfacer al cliente con un objetivo de lucro.

4.3 Producción

el área de producción abarca una serie de actividades a realizar (al igual que en marketing, se trata de las actividades que pudieron haber quedado pendientes o que pudieran requerir complementación)

4.4 Organización

Cada una de las actividades se compone por un gran número de sub actividades más específicas, las cuales deberán desglosarse para ubicarlas en el plan de trabajo.

4.5 Costos y gastos

El costo es cualquier cantidad de dinero que se debe erogar para pagar lo que se requiere en la operación de la empresa, no tiene como fin la ganancia, en tanto que el gasto sí se desembolsa con el objetivo de obtener utilidades

4.6 Resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo es el concentrado de la información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocios.

4.7 Contenido del resumen

- Descripción del mercado que atenderá la empresa.
- Demanda potencial del producto o servicio.
- Conclusión es del estudio de mercado realizado.
- Resumen del plan de ventas.

4.8 Modelo de negocio

El término modelo de negocio abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias