



Mi Universidad

Mapa Conceptual

Nombre del Alumno: Jorge Peralta Vázquez

Nombre del tema: Modelo de Negocio

Nombre de la Materia: Taller Emprendedor

Nombre del profesor: Lic. Alberto de Jesús López Muñoz

Nombre de la Licenciatura: Licenciatura En Enfermería

Cuatrimestre: Noveno Cuatrimestre

IMPLEMENTACION DEL MODELO DE NEGOCIO

se divide en

EL MERCADO

Marketing
Proceso de planear las actividades de la empresa en relacion

- precio
- promoción
- distribución
- venta de bienes
- servicio que se ofrece

con base a las preferencia del consumidor, esto para permitir crear un intercambio.

OBJETIVOS DEL MARKETING

son necesario para definir lo que se desea lograr con el producto

- ventas
- distribución
- posicionamiento en el mercado

se debe tener en cuenta

área y segmento del mercado que se piensa incursionar

así como el tiempo en el cual se piensa logara los objetivos

INVESTIGACION DEL MERCADO

para que se pueda tomar decisiones den la diferentes aéreas es necesario la satisfacción del cliente

para lograrlo

es necesario conocer sus necesidades y poder satisfacerlo

tamaño del mercado

establece el segmento de mercado donde operara la empresa

- cuantos clientes posibles puede tener la empresa
- donde están
- quines son

Consumo aparente

establece el consumo aparente que dicho segmento representa

identifica el numero de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece

con base a sus hábitos de compra

ESTUDIO DEL MERCADO

Recopila, registra y analiza datos en relacion con el mercado

conocer la opinión de los clientes sobre el producto y el precio que esta dispuesto a pagar

para lograrlo se utiliza las encuestas o entrevistas

la encuesta de mercado

permite conocer el mercado potencial de la empresa

aplicación de la encuesta

para ello es necesario determinar como, donde y cuando se va a realizar, además de quien la aplicara.

Resultados obtenidos

conclusiones válidas y confiables respecto a la factibilidad de mercado del producto o servicio de la empresa

Conclusiones del estudio realizado

proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa para obtener una imagen lo más clara posible de las ventas que la empresa lograr

LAS 4 P's

Distribución y Puntos de venta

determina como hacer llegar los productos al mercado

distribución posibilita incrementar la distribución a un mayor número de clientes potenciales..

pero cada paso también provoca una pérdida de control y contacto directo con el mercado.

Promoción del producto o servicio

A partir de un adecuado programa de promoción, puede dar a conocer un producto o servicio, incrementar su consumo.

Promoción de ventas

permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa

Mediante

muestras gratuitas, regalos en la compra del producto, ofertas de introducción, patrocinio y/o participación en actividades sociales, educativas, culturales

fijación y políticas de precio

la fijación de precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio, pero el consumidor buscara la calidad, sin importar mucho el precio.

las políticas de precios de una empresa determinan la fijación del precio de introducción en el mercado

PRODUCCION

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores

objetivo de la producción

es el producto, el cual puede ser un bien o servicio, que representa un satisfactor para el consumidor.

Los Bienes se clasifican

- Bienes industriales
- Bienes de consumo

Los servicios se clasifican

- servicios comerciales
- servicios profesionales

Los objetivos del área de producción, al igual que los de otras áreas, deben ser cuantificables y medibles, e ir en relación con los recursos disponibles de la empresa.

ELEMENTOS DE LA PRODUCCION

Especificación del producto o servicio

Descripción del proceso de producción o prestación del servicio

Determinar la tecnología disponible para elaborar el producto

Determinar las actividades a realizar, así como el equipo, herramientas e instalaciones requeridas para llevar a cabo la elaboración de productos y/o prestación de servicios de la empresa.

Contar con los insumos que apoyan el proceso productivo o la prestación del servicio, éstos deben tener la calidad

Identificación de proveedores y cotizaciones

La determinación de la capacidad instalada de la empresa, permitirá conocer las posibilidades de expansión o requerimientos de inversión a largo plazo.

planificación de las operaciones que deberán realizarse para asegurar el cumplimiento de los objetivos

ELEMENTOS ORGANIZACIONALES

Estructura organizacional

función específica por puesto

Administración de sueldos y salarios

marco legal de la empresa

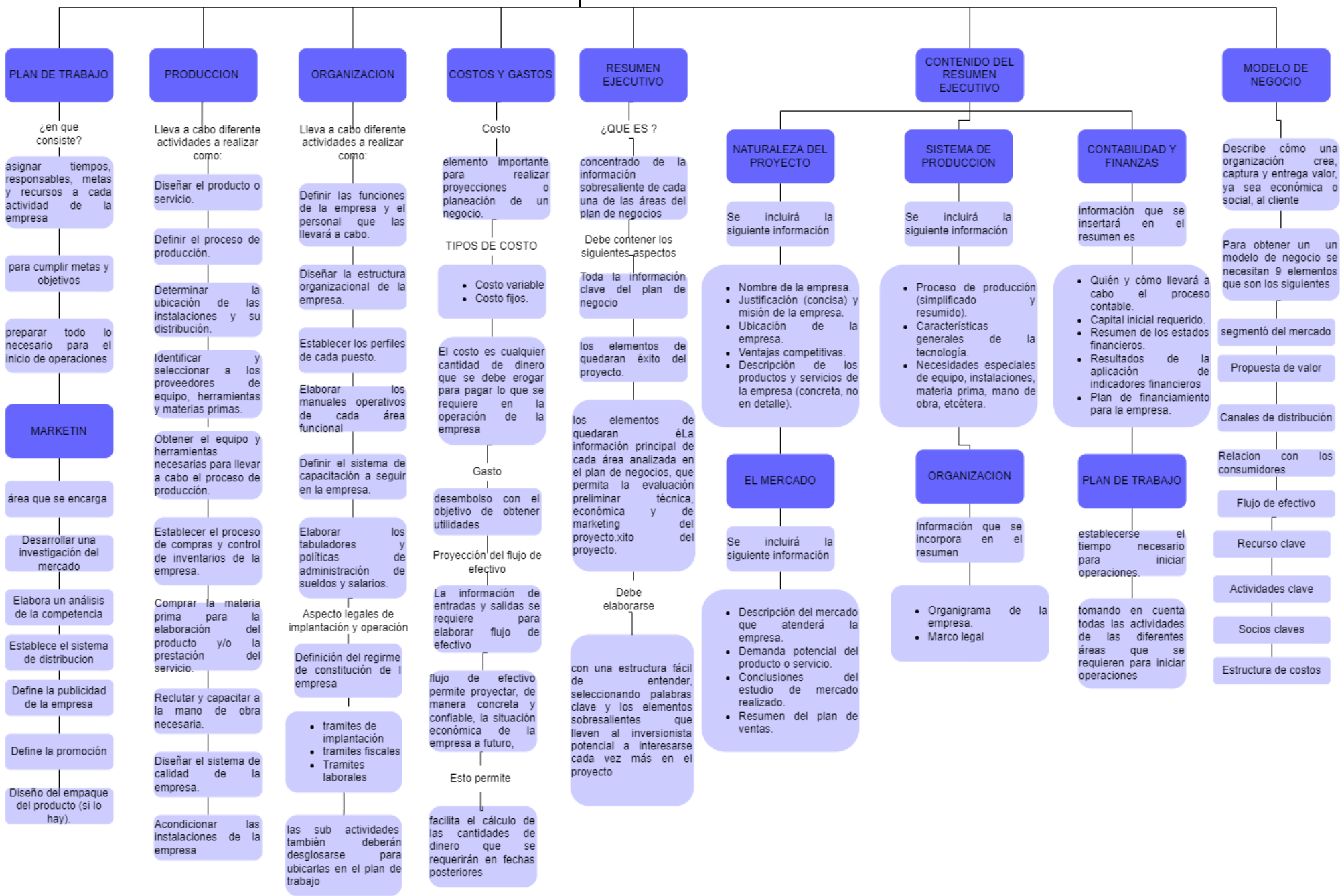
ORGANIZACION

Forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.

Y

establecer los objetivos del área de acuerdo con las metas empresariales

PRESENTACION DEL MODELO DE NEGOCIO



BIBLIOGRAFÍA

UDS, (2022), ANTOLOGIA DE TALLER EMPRENDEDOR PE-LEN904, LIBRO DE CONSULTA.