



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

LIC. EN ENFERMERÍA

TALLER DEL EMPRENDEDOR

NOMBRE DEL ALUMNO:

CARLOS FRANCISCO JIMENEZ OSORIO

CUATRIMESTRE

9

GRUPO: D

DOCENTE:

ALBERTO DE JESUS LOPEZ MUÑOS

*IMPLANTACION DEL
MODELO DE NEGOCIO
III*

EL MERCADO

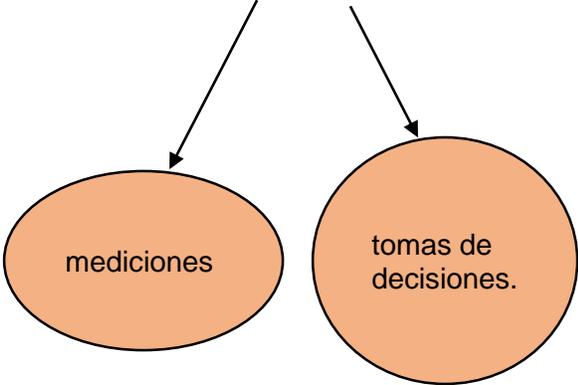
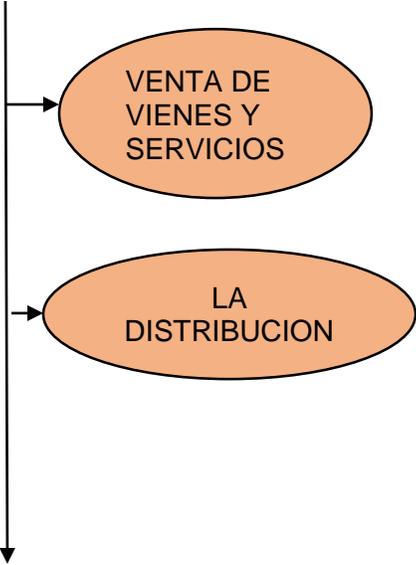
**OBJETIVO
DEL
MARKETIN**

**DISTRIBUCION Y
PUNTOS DE
VENTAS**

El marketing para el mercado empresariales, pues, la comercialización de bienes y servicios entre los usuarios empresariales en contraste con los consumidores finales.

crear y captar valor en el consumidor. La lealtad del cliente, crear una relación valiosa con los clientes que tenga la consecuencia de que sigan comprando tu producto o servicio.

conjunto de organizaciones a través de las cuales las empresas hacen llegar los productos desde su punto de producción hasta los consumidores finales.



Existen tres tipos de distribución:

la distribución intensiva, la distribución exclusiva y, por último, la distribución selectiva.

*PRESENTACION DEL
MODELO UNIDAD IV*

EL PLAN DE
TRABAJO

Es una herramienta se utiliza para organizar y sistematizar información relevante para la realización de un proyecto

Para lograr dicho orden, hace uso de herramientas para el control y seguimiento de proyectos.

MARKETING Y AREA
DE ACTIVIDADES

Reúne todas las actividades y procesos que permiten a una empresa: comprender las expectativas de los consumidores y la situación del mercado en el que opera

Influir en el comportamiento de los consumidores de acuerdo con sus objetivos.

GASTOS Y COSTOS

Los gastos de marketing son una consideración importante para todas las empresas porque el marketing es una función comercial principal que crea un cliente para el negocio.

Evaluar continuamente

función de su retorno de la inversión