



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

ALUMNA:

MONSERRAT MENDEZ CAMBRANO

CARRERA:

LICENCIATURA EN TRABAJO SOCIAL Y GESTION COMUNITARIA

ACTIVIDAD:

MAPA CONCEPTUAL

9NO CUATRIMESTRE

MATERIA:

TALLER DEL EMPRENDEDOR

DOCENTE:

MTRO: JESUS ALBERTO LOPEZ MUÑOZ

UNIDAD III Y
UNIDAD IV

EL MERCADO

Se encarga del proceso de planear

Empresa en relación con el precio

Distribución y la venta de bienes

Producto o servicio

Empresa y consumidor

Objetivos de los clientes y la propia organización

OBJETIVO DE MARKETING

Definir lo que se desea lograr

Con el producto o servicio

Se debe tener en cuenta el área y el segmento

Nivel local, nivel nacional

Tiempo en el cual se piensa lograr los objetivos

INVESTIGACION DE MERCADO

Se utiliza como una herramienta valiosa

Tamaño de mercado

Consumo aparente

Demanda potencial

Medio para recopilar información

PLAN DE TRABAJO

Consiste en asignar tiempo

Metas y recursos

Cumplir con los objetivos

Preparar todo lo necesario para el inicio de operaciones

Diferentes actividades de una empresa

MARKETING

Desarrollar una investigación de mercado

Elaborar un análisis de la competencia

Llevar a cabo el objetivo del mercado

Establecer el sistema de distribución

Definir la publicidad de la empresa

PRODUCCION

Diseñar el producto o servicio

Definir el proceso de producción

Determinar la ubicación de las instalaciones y su distribución

Especificar los requerimientos de mano de obra

Identificar y seleccionar los proveedores