



Mi Universidad

Cuadro sinóptico

NOMBRE DEL ALUMNO: Polet Berenice Recinos Gordillo.

TEMA: Implantación del modelo de negocio.

PARCIAL: 3

MATERIA: Taller del emprendedor.

NOMBRE DEL PROFESOR: Lic. Bernardo Iccel Lepe Arriaga.

LICENCIATURA: Enfermería.

CUATRIMESTRE: 9no.

4 de junio del 2022.



IMPLANTACION DEL MODELO DE NEGOCIO

QUE ES

Es un modelo utilizado en los negocios para la mejora del mercado.

CONCEPTOS

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

Así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio.

Objetivos del Marketing

Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar.

Plazos:

- Corto
- Mediano
- Largo.

Investigación del mercado

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente.

Tamaño del mercado
El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son.

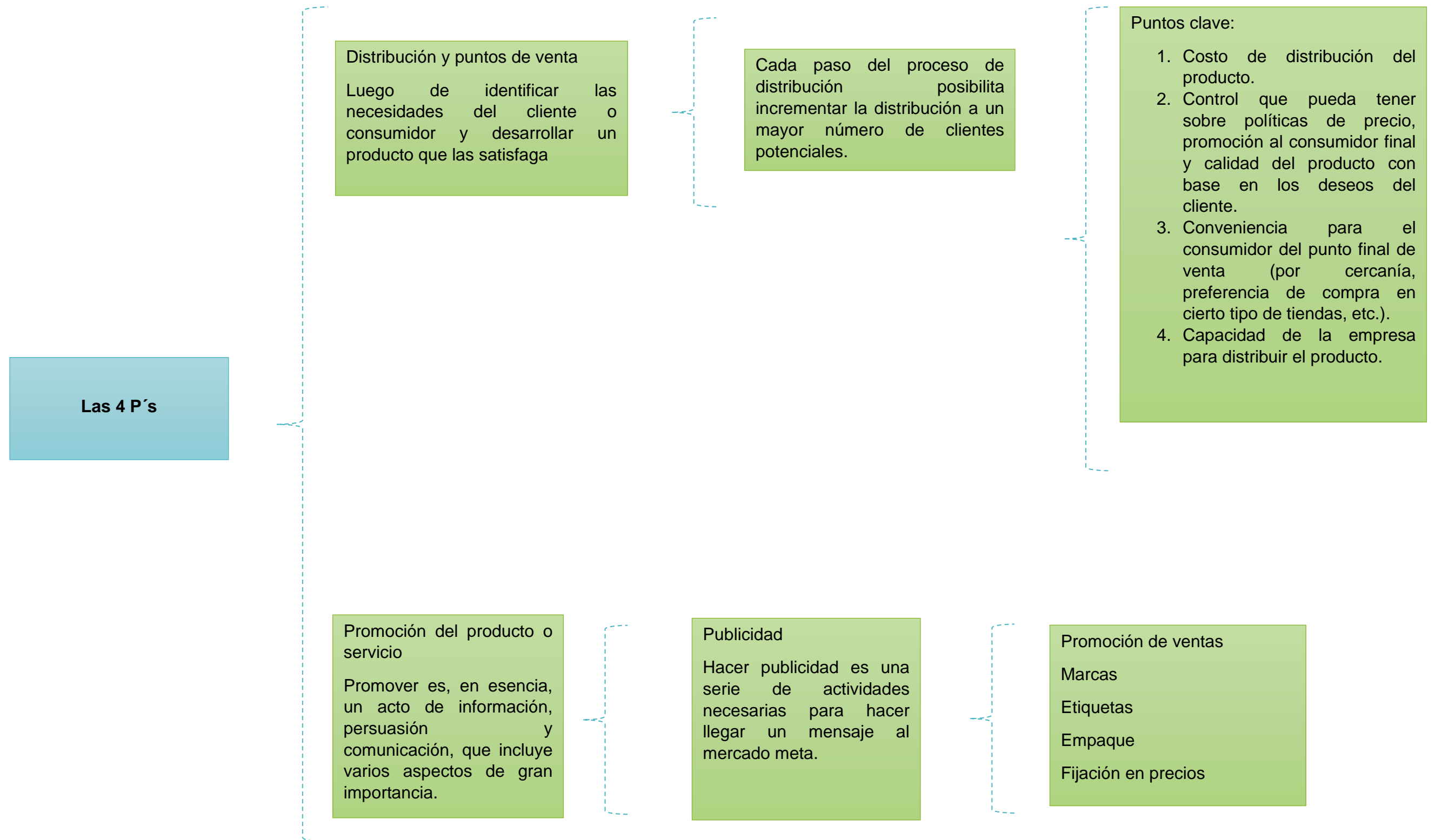
Consumo aparente
Una vez que ha definido el segmento de mercado, debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa.

Estudio del mercado

El estudio de mercado es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

Encuesta tipo
La encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada.
Aplicación de la encuesta
No basta con diseñar el instrumento (encuesta) adecuado, sino que también resulta necesario aplicarlo

Resultados obtenidos
Una vez que aplicó la encuesta y obtuvo la información requerida.
Conclusiones del estudio realizado
La conclusión del estudio de mercado es la interpretación de los datos obtenidos



Biibliografa:

Bibliografía básica y complementaria:

- Fernando Trias de Bes. (2007). El libro negro del emprendedor: no digas que nunca te lo advirtieron. Gestión del conocimiento.: Empresa activa.
- Eric Ries. (2011). El método Lean Startup. ISBN:9788423409495: Deusto.
- Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw hill
- Alexander Osterwalder y Yves Pigneur. (2010). Tu modelo de negocio.. sf: Deusto.
- Rodríguez I. (2000). Planeación, organización y dirección de la pequeña empresa. Mc Graw hill
- Kotler, p., & armstrong, g. (2003). Fundamentos de marketing. México: pearson.
- REYES Ponce, A. (2008). Administración de empresas. Teoría y práctica. México: Limusa.