

Nombre del alumno – Carlos Alexis Espinosa Utrilla

Nombre del docente – Gladis Adilene Hernandez López

Nombre del trabajo – Cuadro sinóptico 3 unidad

Nombre de la materia – Taller del emprendedor

Grado – 7

Grupo – A

MEDICINA HUMANA

**Implantación
De modelo
De negocio .**

Mercado

El marketing se encarga del proceso de planeación de la empresa

Pasos de marketing en empresa:
Promoción, distribución ,venta
y servicios de empresa

Objetivo :satisfacción del consumidor con los productos .

**Objetivos
De
marketing**

Venta , distribución y posicionamiento en el mercado

Objetivos por periodos : a corto plazo (6 meses) competir con el producto , mediano plazo (1 año) distribuir el producto, largo plazo (2 años) permanencia y distribución del producto.

**Investigación
del mercado**

Área de marketing básicos ; satisfacción del cliente

Investigación del mercado , se utiliza herramientas de obtención de información .

**Toma de
mercado**

Obtención de datos de clientes como edad, sexo , estado civil , ingreso mensual etc.

Características ;estudio de mercado y ver los productos acompañados a la sociedad y las necesidades

Objetivo de mercado: realización de encuestas , aplicación , resultado obtenidos y conclusiones del estudio realizado .

Los 4 P

Identificar las necesidades del cliente y demandas de los productos

Promoción del producto o servicio (publicidad), promoción de ventas , fijación y políticas del producto en venta.

Bibliografía básica y complementaria:

- Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw hill
- 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.