



Universidad del Sureste
Licenciatura en Medicina Humana

Nombre de la alumna: Victoria Belén de la Cruz Escobar

Nombre del profesor: Lic. Gladis Adilene Hernández López

Nombre del trabajo: "Super nota: Producto, concepto y desarrollo"

Materia: Taller del emprendedor I

Grado: 7°

Grupo: "A"

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez, Chiapas a 15 de octubre del 2022

El producto: Concepto y desarrollo

Entre la empresa y el consumidor se traba y se traba y se prolonga un diálogo permanente y sutil, cuyo soporte es el producto. El objetivo primordial es la satisfacción del cliente, y sólo incluyendo el producto en esa nueva orientación se conseguirá crear una oferta realmente atractiva para el Mercado

¿Que es un producto?

1.

cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad

- Nucleo
- Calidad
- Precio
- Envase
- Diseño, forma y tamaño
- Marca, nombres y expresiones
- Servicios
- Imagen del producto
- Imagen de la empresa

¿Que características debe tener un producto?

2.

- Productos de consumo
 - Consumo Duradero
 - Consumo destructivo
- Productos industriales

La identificación del producto parte de una diferenciación formal del mismo y se realiza mediante la marca y el modelo y, en algunos casos, también mediante el envase

Tipos de productos

3.

1. la fase de puesta a punto (O): El índice de crecimiento es nulo, si es que se define la fase 0 como una fase de pura investigación
2. la fase de lanzamiento (I): la fabricación en serie
3. la fase de desarrollo (II): consumidores inmediatamente interesados han sido afectados y cuando las necesidades más apremiantes de los mercados se han satisfecho
4. la fase de madurez (III): El conjunto de la población de usuarios ha sido afectada
5. la fase de decadencia (IV): comienza cuando el consumidor empieza a cansarse del producto
- 6.

¿Cual es el ciclo de vida del producto?

4.



El producto: Concepto y desarrollo

Entre la empresa y el consumidor se traba y se traba y se prolonga un diálogo permanente y sutil, cuyo soporte es el producto. El objetivo primordial es la satisfacción del cliente, y sólo incluyendo el producto en esa nueva orientación se conseguirá crear una oferta realmente atractiva para el Mercado

¿Que análisis del producto debe gestionar la empresa?

1.

- La cartera de productos: conjunto de líneas de productos comercializados
- La línea de productos: conjunto de productos homogéneos
- La amplitud de cartera: número de líneas de producto
- La profundidad de dicha cartera: número de productos dentro de cada línea

Los productos lanzados al mercado deben cumplir la condición de poder satisfacer las necesidades de los clientes y debe ir acompañada de la puesta en marcha de otras variables que hagan de este lanzamiento un éxito.

Investigación, desarrollo e innovación en la creación de productos

2.

Nuevos productos

3.

- La creación de los productos consta en
1. una innovación total cuando es nuevo para el mercado y para la empresa
 2. en una nueva marca cuando sólo es nuevo para la empresa
 3. en un nuevo modelo

Una de las causas principales de las variaciones coyunturales que hemos destacado es, sin duda, la evolución cualitativa del producto. Este, en efecto, no puede ser nunca igual al principio que al final de su carrera: se perfecciona constantemente para adaptarse a los deseos de los consumidores y a los progresos de la técnica.

calidad del producto

4.



Referencia Bibliográfica

Pérez, D. (n.d.). ©: *Quedan reservados todos los derechos. (Ley de Propiedad Intelectual del 17 de noviembre de 1987 y Reales Decretos) Documentación elaborada por el profesor para EOI. Prohibida la reproducción total o parcial sin autorización escrita de la EOI 3. El Producto. Concepto y Desarrollo.* Retrieved October 16, 2022, from <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/fc416ef52bb6ef91819328d4fc58dd9a.pdf>