



Universidad Del Sureste

Escuela De Medicina.

Materia:

Taller del emprendedor

Actividad:

Super nota.

El producto; concepto y desarrollo.

Docente: Lic. Gladis Adilene Hernández López.

Elaborado por: Diego Lisandro Gómez Tovar.

7° "A"

Comitán De Domínguez,

Chiapas A 14 De octubre De 2022.

Producto

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



Características de un producto



- Núcleo Calidad Precio Envase Diseño, forma y tamaño. Marca, nombres y expresiones graficas Servicio, imagen del producto e imagen de la empresa.
- Gestión del producto Por parte de la empresa es una tarea importantísima ya que con esas decisiones esta posiblemente comprometiendo a la empresa en el medio y largo plazo.

Aspectos importantes

- Temporalidad del producto características técnicas y necesidades que va a satisfacer un producto.
- El producto en sí mismo lo que el cliente percibe como diferente del producto.



Marketing

- Se encarga de crear un cóctel con todos esos elementos, tangibles e intangibles, y dar forma al producto para comunicárselo al mercado de la mejor forma posible



Tipos de producto

- ✓ Producto De Consumo Duradero
- ✓ Clases De Producto
- ✓ Producto
- ✓ Marca
- ✓ Linea De Productos
- ✓ Grupo De Necesidades



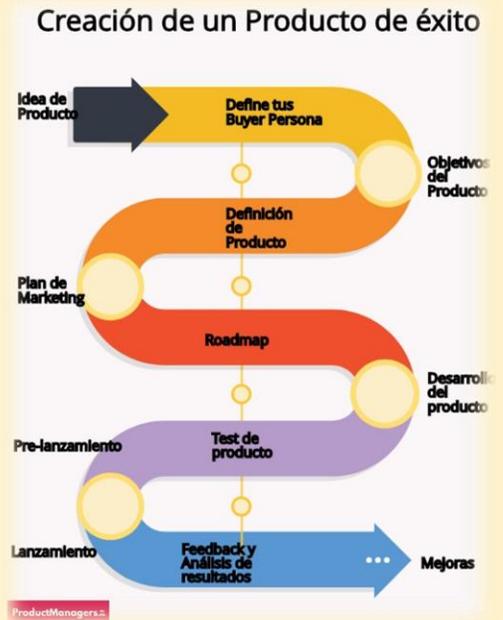
Ciclo de vida del producto

- Fase de puesta a punto (0)
- Fase de lanzamiento (I)
- Fase de desarrollo (II)
- Fase de madurez (III)
- Fase de decadencia (IV)



Proceso de creación de nuevo productos

- 1.-Obtención de ideas sobre nuevos productos
- 2.-Decisión sobre las ideas aportadas.
- 3.-Viabilidad del producto.
- 4.-Test de producto



calidad del producto

- 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 latécnica.



Bibliografía

David Pérez, I. P. (2006). El Producto, concepto y desarrollo. . *EOI, ESCUELA DE NEGOCIOS*.