



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

ESCUELA DE MEDICINA



MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

CATEDRÁTICO: GLADIS ADILENE HERNÁNDEZ LÓPEZ

PRESENTA: AXEL DE JESÚS GARCÍA PÉREZ

TRABAJO: SÚPER NOTA

GRADO Y GRUPO: 7 ° B

LUGAR Y FECHA: COMITÁN DE DOMÍNGUEZ, CHIAPAS. 15-10-22

SPECIAL EDITION !!

COMIC MAGAZINE

EL PRODUCTO
CONCEPTO Y
DESARROLLO



FREE
POSTER INSIDE

120 PAGES



INTRODUCCIÓN

Se trata de reorientar la mentalidad de la empresa para dirigirla directamente a la satisfacción del cliente. Y el producto también se tiene que ver afectado por ese cambio.

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.

El producto debe estar cargado de sentido para el consumidor, conductas inducirle a comodidades, recordarle habituales, preciadas

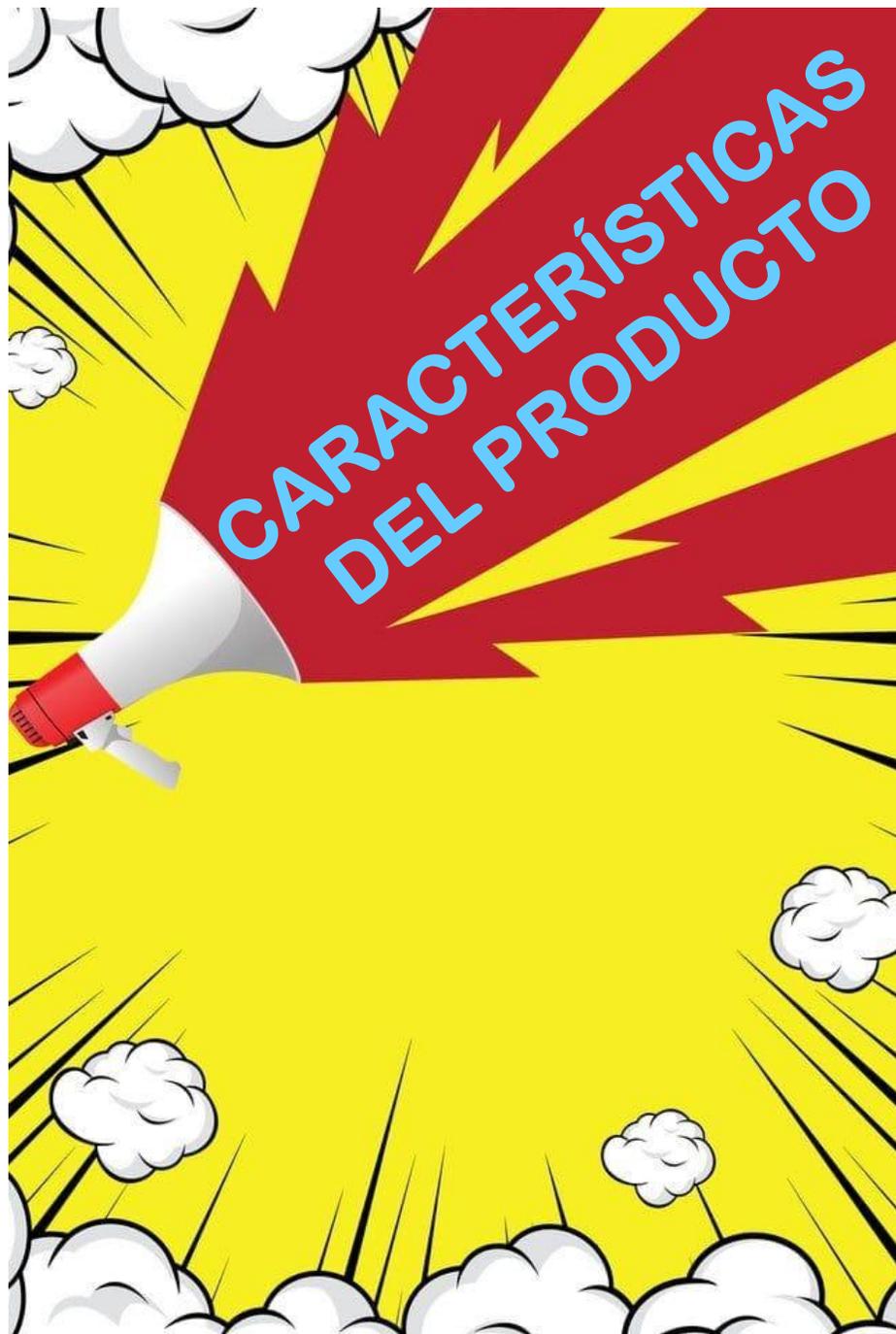
Pero la existencia de un producto de calidad y realmente integrado en las necesidades que el Mercado demanda

no significa que el proceso de desarrollo de la Función de Marketing haya finalizado.

La publicidad tiene como misión traducir prácticamente en una forma verbal o gráfica todo el mensaje que el propio producto quiere transmitir al Mercado.

CON CIERTOS PUNTOS:

- la habilidad y la experiencia del fabricante
- la posición de sus competidores
- La evolución de los métodos de producción
- los descubrimientos de la ciencia
- la aplicación de productos de sustitución
- la política de los estados
- los gustos, necesidades y deseos de los consumidores



Un producto está formado por diferentes atributos:

Un núcleo

Una calidad

Un precio

Un envase

Un diseño, forma y tamaño

Una marca, nombres y expresiones gráficas

Un servicio

Una imagen del producto

Una imagen de la empresa

La marca se define como:

OMG!

"un nombre, término, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, que trata de identificar los productos y servicios de un vendedor o

POW!

BOOM

grupo de vendedores y diferenciarlos de sus competidores".

LA GESTIÓN DEL PRODUCTO

La definición
del producto
por parte de
la empresa es

una tarea
importantísima ya que
con esas decisiones
está posiblemente
comprometiendo a la
empresa en el medio

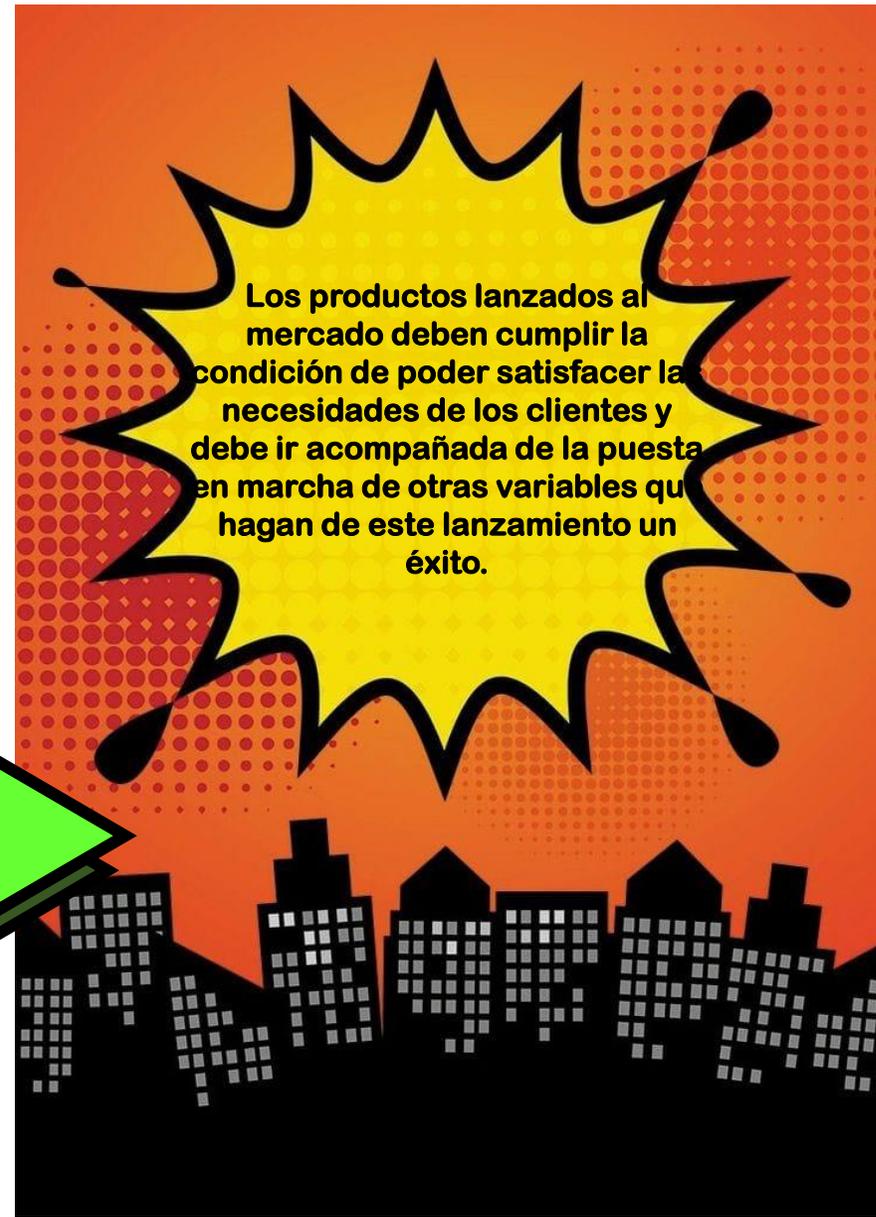
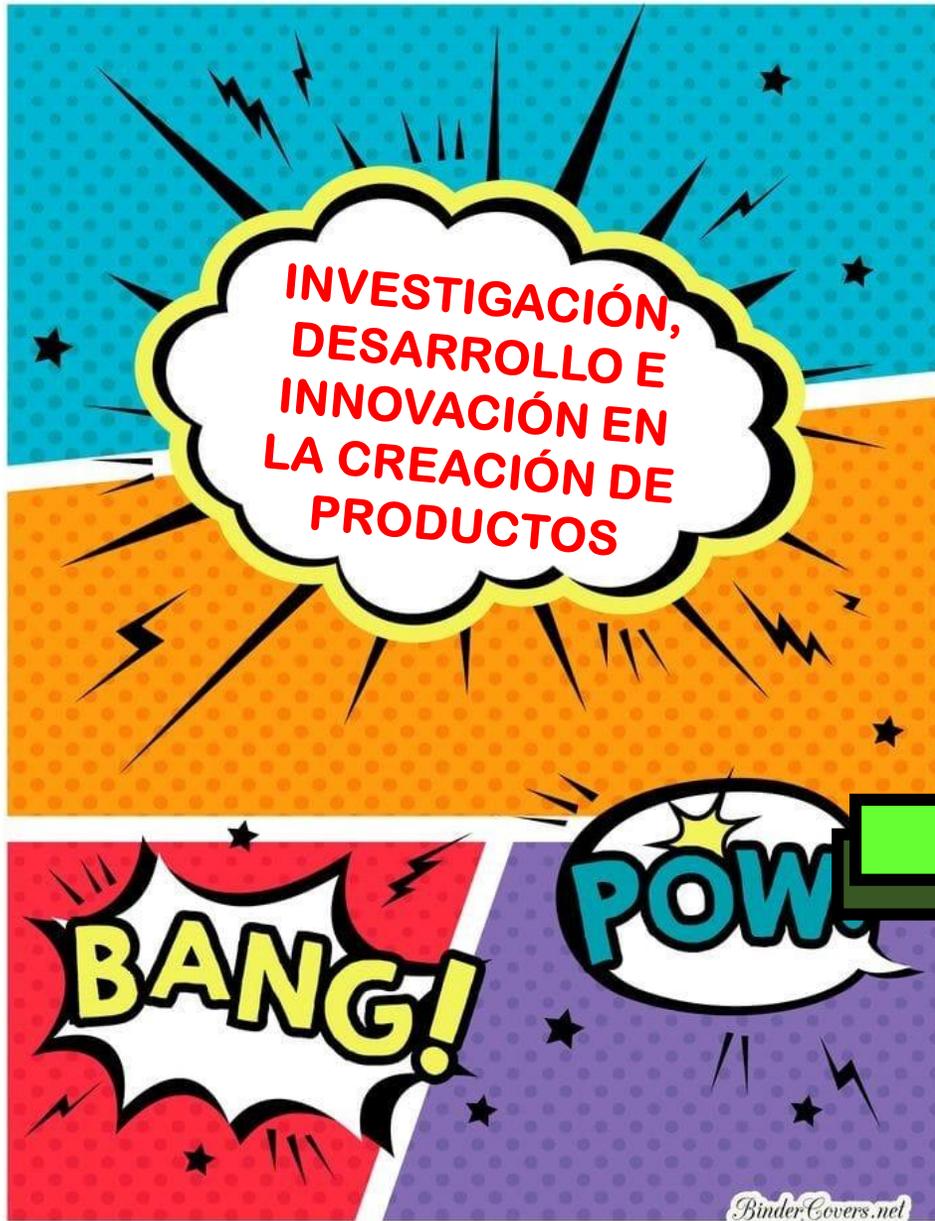
Definición
del
Producto:

y largo plazo.

LA GESTIÓN DE LA CARTERA DE PRODUCTOS:

Una empresa generalmente vende varios productos, por lo que el análisis de la estrategia de productos debe contemplar:

- 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





LA CALIDAD DEL PRODUCTO

Una de las causas principales de las variaciones coyunturales que hemos destacado es, sin duda, la evolución cualitativa del producto. Éste, 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.

BIBLIOGRAFÍA

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 from <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/f7480b7b7bb2df193f0b3b4baa74feb7.pdf>