



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

ESCUELA DE MEDICINA

MATERIA:

Taller del emprendedor

ENSAYO

DOCENTE: Lic. Gladis Adilene Hernández López

PRESENTA: Heydi Antonia Coutiño Zea

7 -"B"

LUGAR Y FECHA:

COMITÁN DE DOMÍNGUEZ, CHIAPAS A 15 DE OCTUBRE DE 2022.

EL PRODUCTO. CONCEPTO & DESARROLLO

Marketing

Se encarga crear un coctel 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
- Línea de productos
- Grupo de necesidades



Aspectos importantes

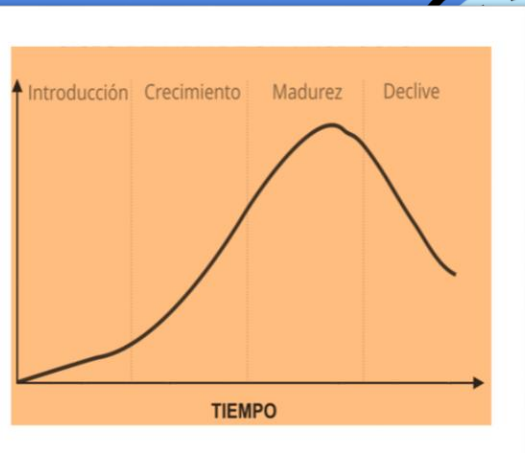
- Temporalidad del producto
- Características técnicas y necesidades que va a satisfacer un producto
- El producto en sí mismo
- Lo que el cliente percibe como diferente del producto.



Producto

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





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 nuevos 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 la técnica.



Referencia:

D. P., & Martínez de Ubago, I. P. (2006). El Producto. Concepto y Desarrollo. eoi Escuela de Negocios, 4- 33.
<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/f7480b7b7bb2df193f0b3b4baa74feb7.pdf>