## EUDS Mi Universidad

## Cuadro Sinóptico

Nombre del Alumno: Egner Martinez Mendez

Nombre del tema: Entorno de la mercadotecnia

Parcial: 2

Nombre de la Materia: Mercadotecnia

Nombre del profesor: Icel Bernardo Lepe

Nombre de la Licenciatura: Contaduría Publica

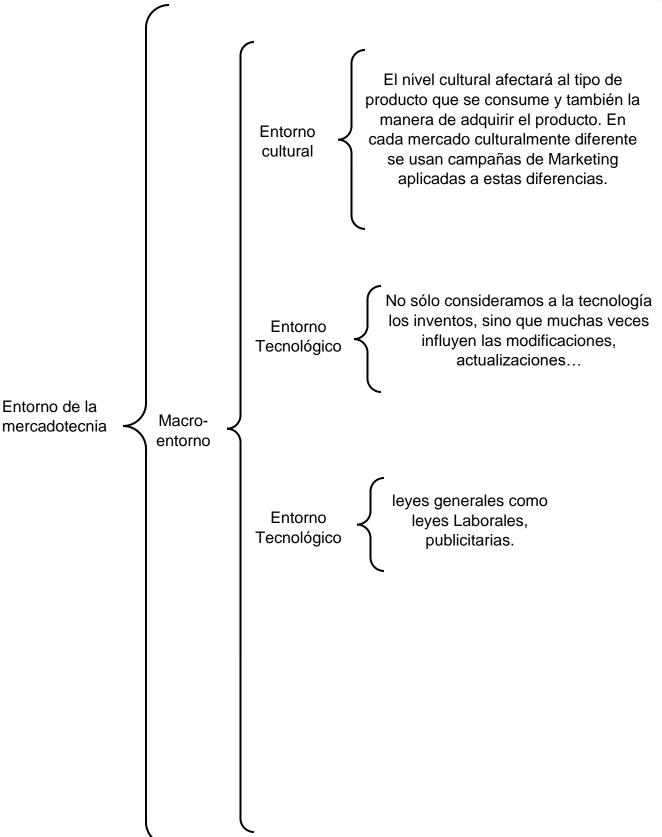
Cuatrimestre: 5



Es importante que la empresa satisfaga las necesidades y deseos de sus clientes. El principal objetivo de todos los negocios La empresa es entender a sus clientes, que el producto o servicio pueda ser definido y ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlos. Empresa y El consumidor es una persona u consumidor organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición en el El consumidor mercado y que sirven para satisfacer algún tipo de necesidad Entorno de la mercadotecnia La compañía El micro-entorno consiste en los **Proveedores** participantes cercanos a la compañía Participantes que afectan sus clientes; es decir, la Intermediari del micro Micro-entorno compañía misma, los proveedores, os de entorno los intermediarios de marketing, los marketing mercados de clientes, los Competidor competidores y los públicos Nos referimos al tamaño de la población. Cuanto más grande sea el Elemento tamaño de la población, más demográfico posibilidad de negocio podemos Son aquellos tener, y por lo tanto, haremos más elementos que no Macroacciones de marketing. interactúan en el entorno conjunto de la No es lo mismo trabajar en un empresa, pero le mercado que se encuentra en expansión en el que predominará el Elemento consumo de marcas, o que esté en económico recesión, en el que se tiende a comprar productos genéricos (que no llevan marca) pero cubren las necesidades de los consumidores.

UNIVERSIDAD DEL SURESTE 2





UNIVERSIDAD DEL SURESTE 3