



CARRERA: MEDICINA HUMANA

MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

TEMA: CUADRO SINOPTICO

VIVIANA EDITH ROJAS TORRES

7° SEMESTRE

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Mercado

Investigación del mercado

obtención de información: recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos , precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor

Tamaño del mercado

.Segmento :cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son

Características: clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera

(nivel local: colonia, sector, etc.; nivel nacional: de exportación regional, mundial, u otros)

Consumo clientes potenciales= consumo con base a sus hábitos de compra

Demanda (cálculo del consumo aparente (actual) del mercado)

Objetivos del mercado

encuesta o entrevistas claras, concretas,

Resultados = tabulan

Conclusión: interpretación de los datos obtenidos, proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa

definir el producto o servicio que planea ofrece, tomar decisiones respecto al precio, presentación y distribución del producto. Asimismo, puede investigar la frecuencia de consumo del producto o servicio.

Marketing

se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa

Objetivos del Marketing

- Corto plazo
- Mediano plazo
- Largo plazo

Distribución y punto de venta

Costos distribución, control del producto, conveniencia consumidora , capacidad empresa

Promoción producto y servicio

- Periódicos
- Radio
- volante

Promoción de ventas

- Marca,
- empaques,
- etiquetas

Fijación y política

Descuentos, promociones ,comisiones, margen de ganancias ,introducción mercado

4 P

Fuente

[*231554f6de30ef0a13b17fe246471481.pdf](https://www.plataformaeducativauds.com.mx)
([plataformaeducativauds.com.mx](https://www.plataformaeducativauds.com.mx))