



Mi Universidad

Cuadro Sinóptico

Nombre del Alumno: Gerardo Alonso Herrera Díaz

Nombre del tema: Implantación del Modelo de Negocio y Presentación del Modelo de Negocio

Parcial: I I

Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor

Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González

Nombre de la Licenciatura: Licenciatura en Enfermería

Cuatrimestre: 9no

Implantación del Modelo de Negocio

El mercado

El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece.

Objetivos del Marketing

Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

Investigación de mercado

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse.

Se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Estudio de mercado

El estudio de mercado es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

Objetivo del estudio de mercado.
Encuesta tipo.
Aplicación de la encuesta.
Resultados obtenidos.

Las 4 P's

La mezcla de mercadotecnia, también llamadas las 4p's del marketing o Marketing Mix, representan los cuatro pilares básicos de cualquier estrategia de marketing.

Producto
Promoción
Precio
Punto de venta

Producción

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores.

Organización

Forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.

Presentación del Modelo de Negocio

Plan de trabajo

de

Consiste, básicamente, en asignar tiempos, responsables, metas y recursos a cada actividad de la empresa, de tal manera que sea posible cumplir con los objetivos que se ha trazado.

Marketing

El área de marketing abarca una serie de actividades a realizar entre las que se encuentran las siguientes:

Desarrollar una investigación del mercado.
Elaborar un análisis de la competencia.
Establecer el sistema de distribución.

Producción

El área de producción abarca una serie de actividades a realizar como son:

Diseñar el producto o servicio.
Definir el proceso de producción.
Determinar la ubicación de las instalaciones y su distribución.

Organización

El área de organización abarca también una serie de actividades a realizar:

Diseñar la estructura organizacional de la empresa.
Establecer los perfiles de cada puesto.
Elaborar los manuales operativos de cada área.

Costos y Gastos

y

El costo es cualquier cantidad de dinero que se debe erogar para pagar lo que se requiere en la operación de la empresa.

Costo variable.
Costo fijo.
Capital social.
Créditos (prestamos).
Entradas y salidas.

Resumen Ejecutivo

Es el concentrado de la información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocios debe contener los siguientes aspectos:

Toda la información clave del plan.
Los elementos que darán éxito al proyecto.
La información principal de cada área analizada en el plan de negocios.

Bibliografía

- Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw hill
- Alexander Osterwalder y Yves Pigneur. (2010). Tu modelo de negocio. sf: Deusto.
- Rodríguez I. (2000). Planeación, organización y dirección de la pequeña empresa. Mc Graw hill
- Kotler, p., & armstrong, g. (2003). Fundamentos de marketing. México: pearson