



Mi Universidad

Cuadro Sinóptico

Nombre del Alumno: Elvia Velasco Castellanos

Nombre del tema: Importancia del modelo de negocio, presentación del modelo de negocio.

Parcial: Segundo

Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor

Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Cuatrimestre: Noveno

Pichucalco Chiapas, a 19 de Julio, del 2023.

IMPLANTACION DEL MODELO DE NEGOCIOS

3.1 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, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor.

3.2 Objetivos del Marketing

Es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar (nivel local: colonia, sector, etc.; nivel nacional: de exportación regional, mundial, u otros), así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos.

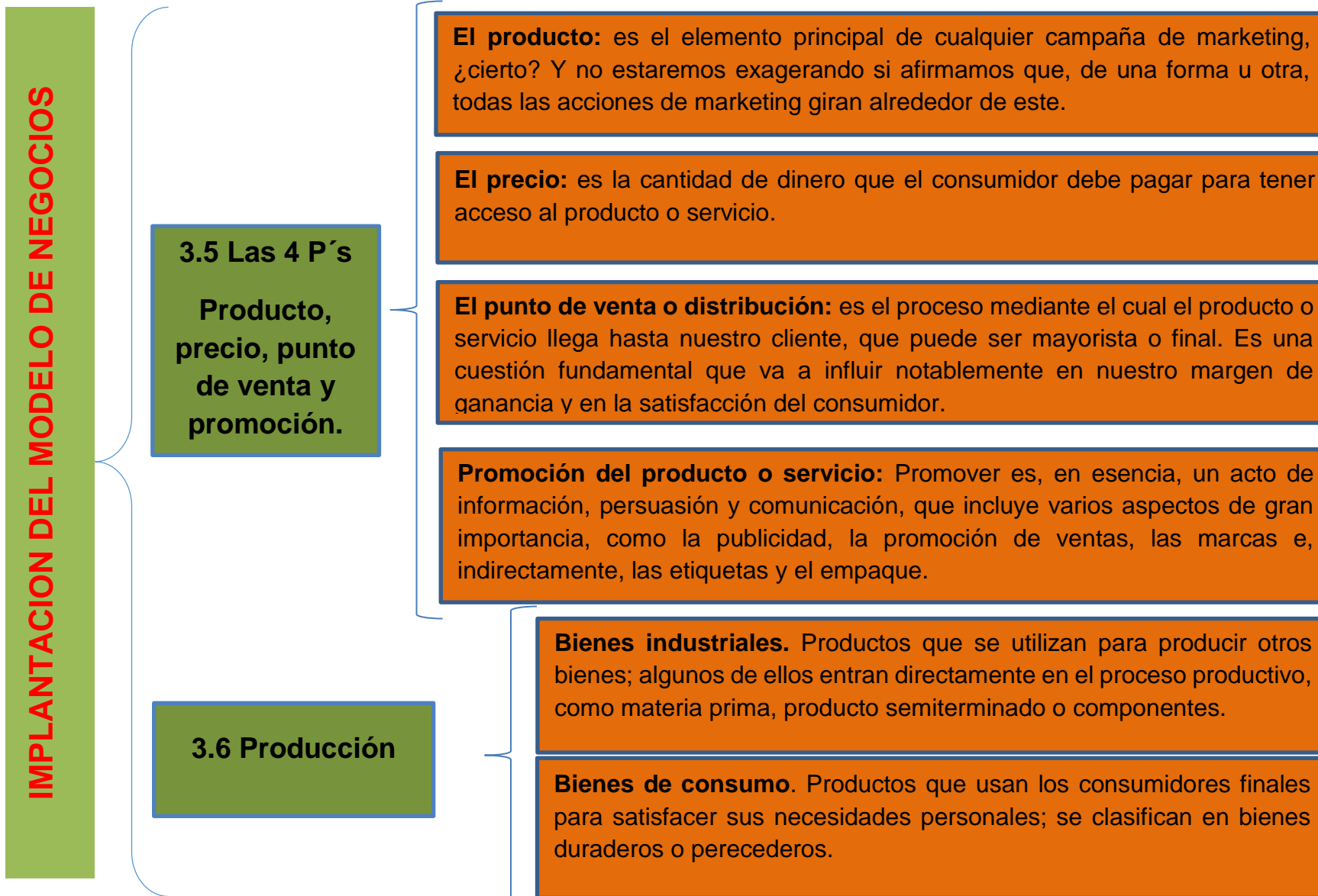
3.3 Investigación del mercado

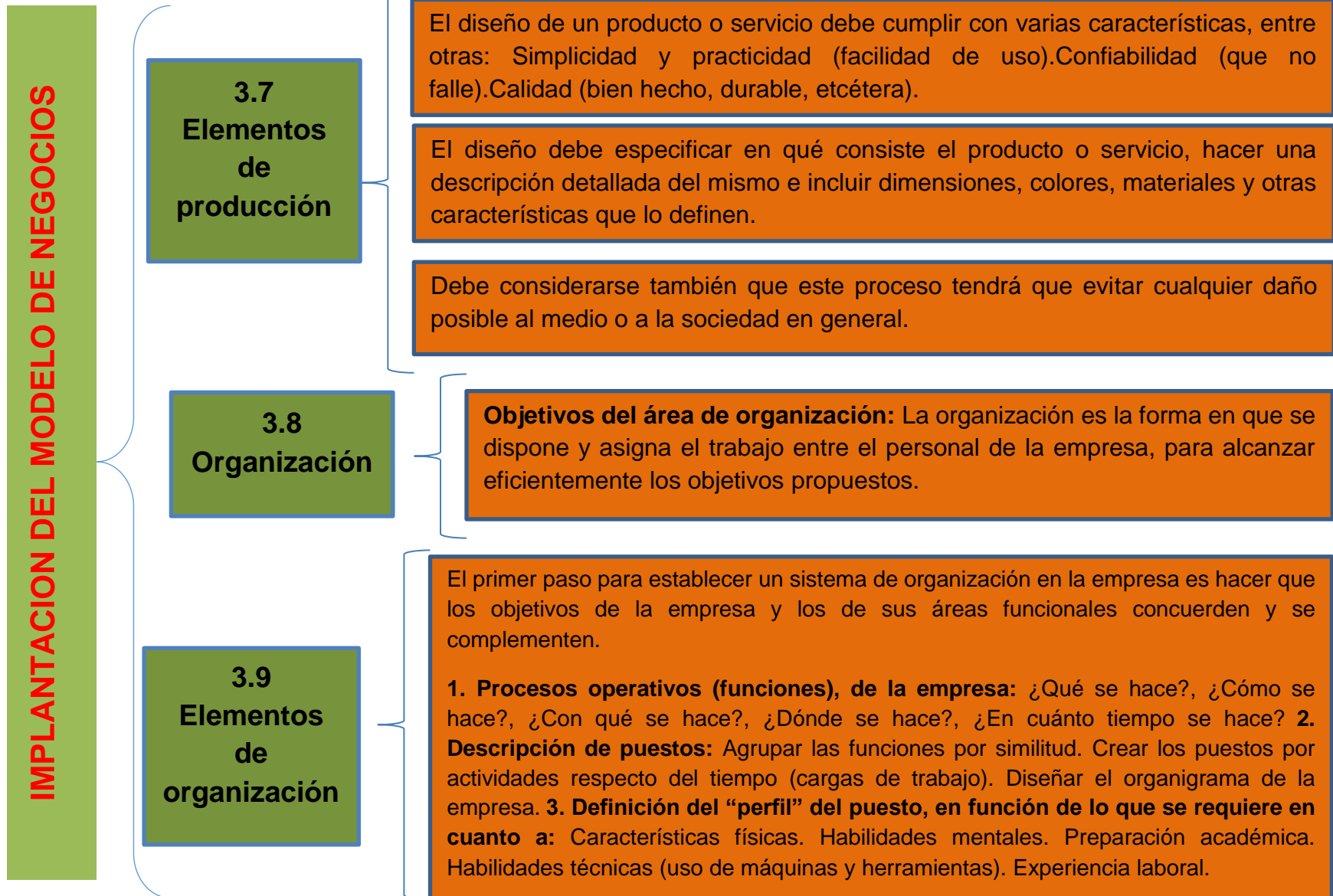
Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse.

3.4 Estudio del 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:
Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio (opinión sobre el producto, precio que está dispuesto a pagar, etc).





IMPLANTACION DEL MODELO DE NEGOCIOS

3.9 Elementos de organización

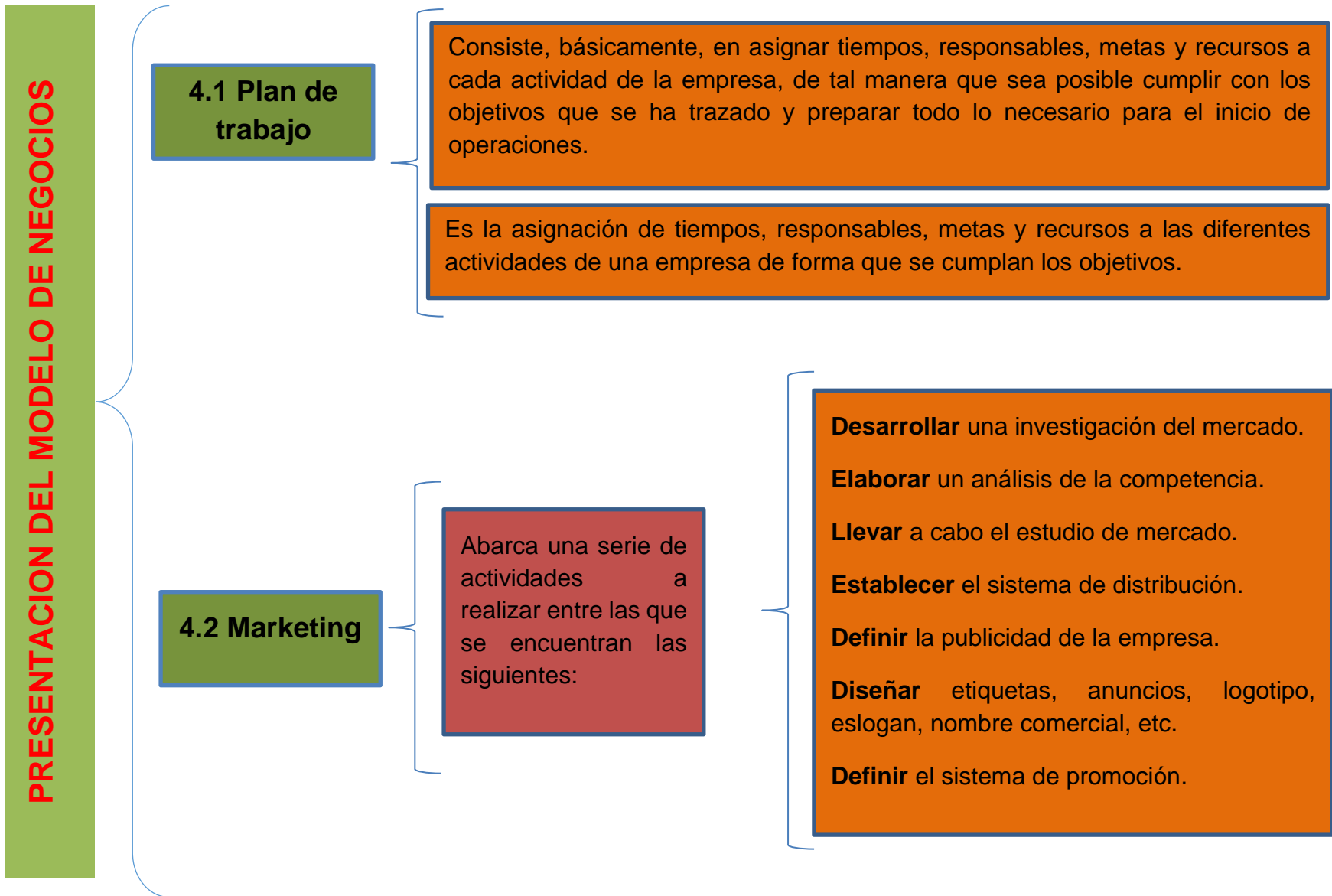
Se puede poner una mayor atención a aspectos tan importantes como la actitud, lo cual, a veces, es mucho más importante que sus conocimientos o habilidades.

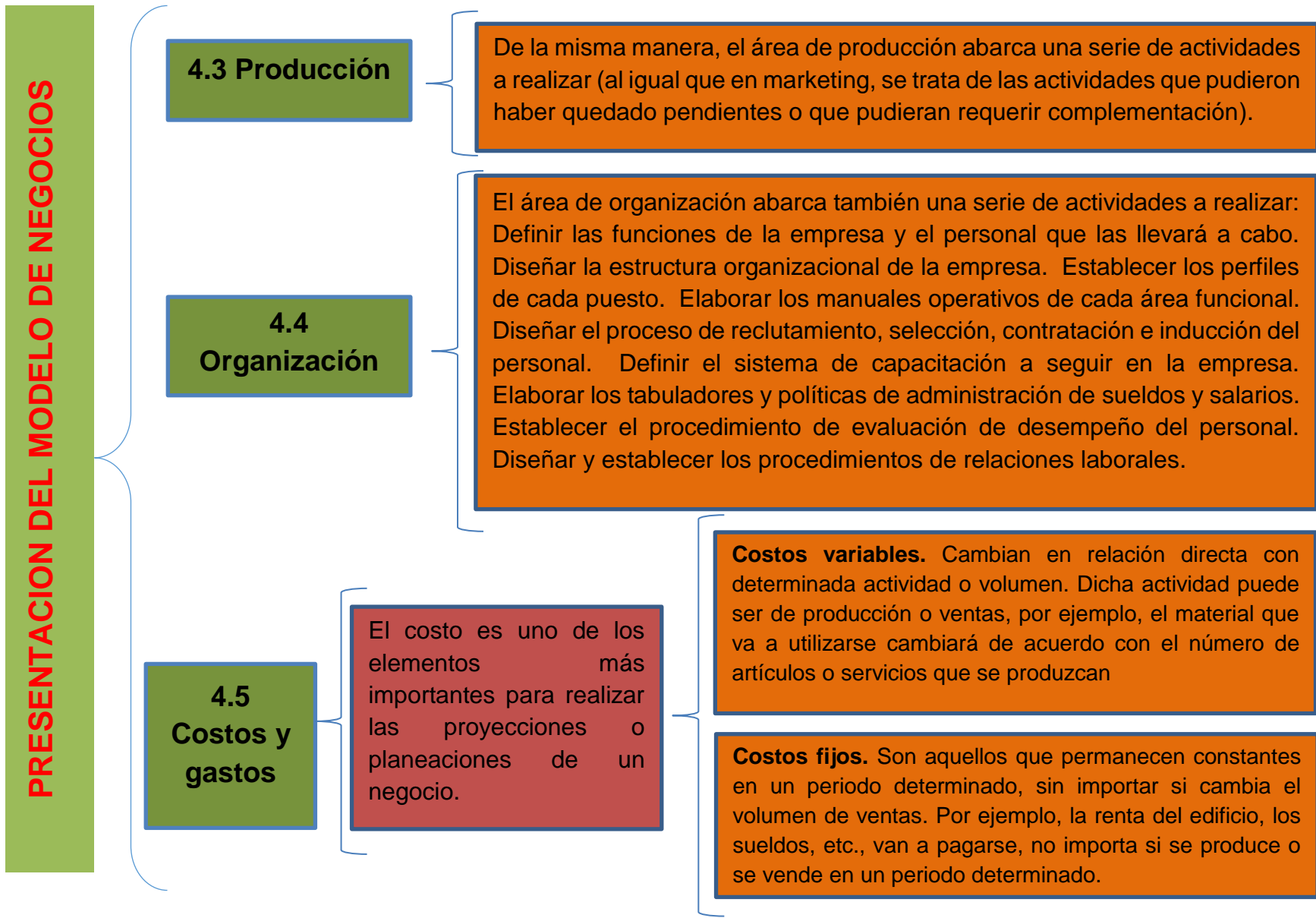
Funciones específicas por puesto

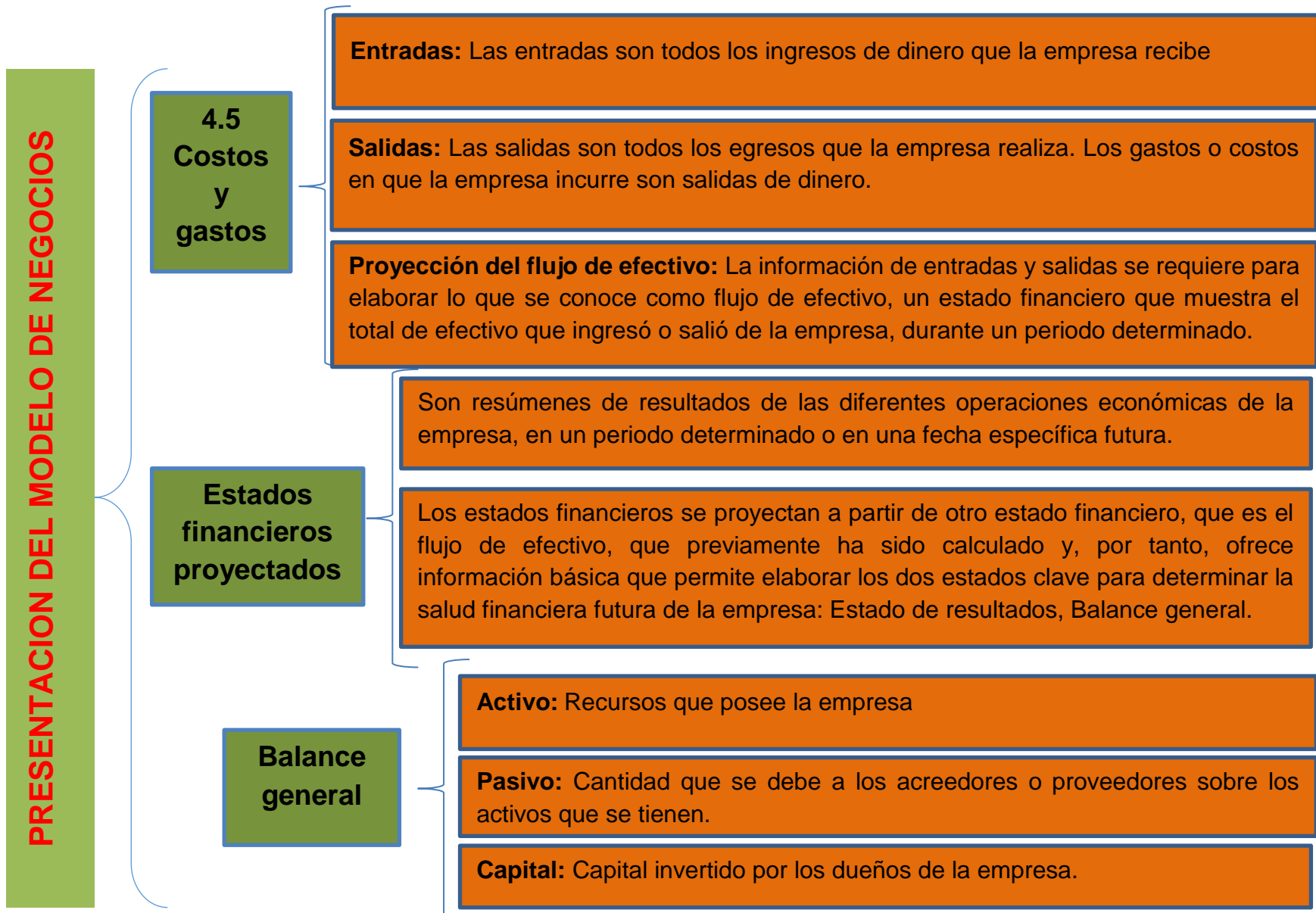
1. Establecer el objetivo que se pretende lograr con cada función general (recuerde que debe ser acorde con el objetivo del área funcional a la que pertenece el puesto).
2. Desarrollar las funciones específicas (actividades), necesarias para llevar a cabo cada función general.
3. Describir los procesos de cada actividad (esto es, cómo se hace, paso por paso, indicando tiempos, recursos necesarios, así como el resultado final esperado).

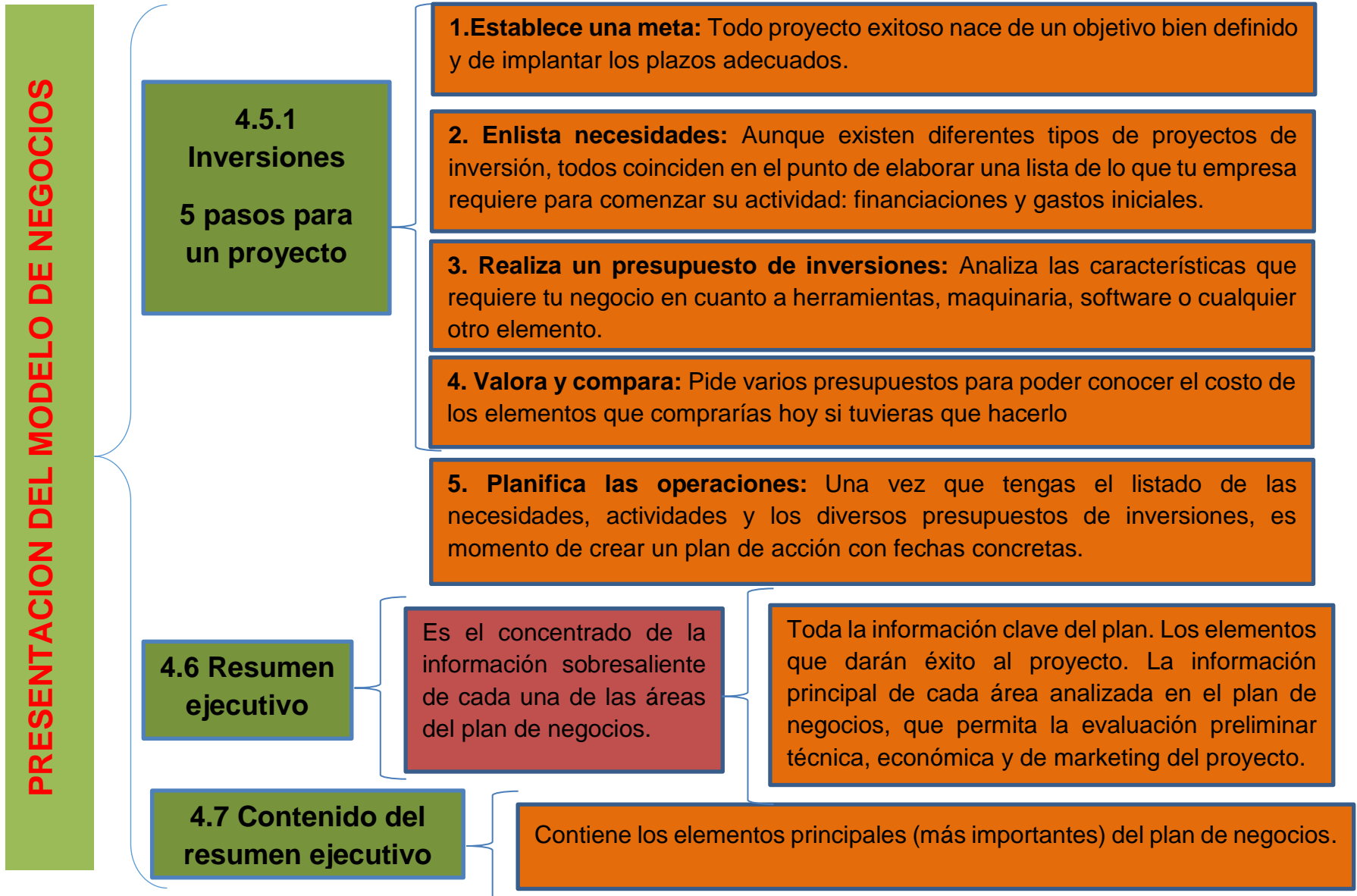
Marco legal de la organización

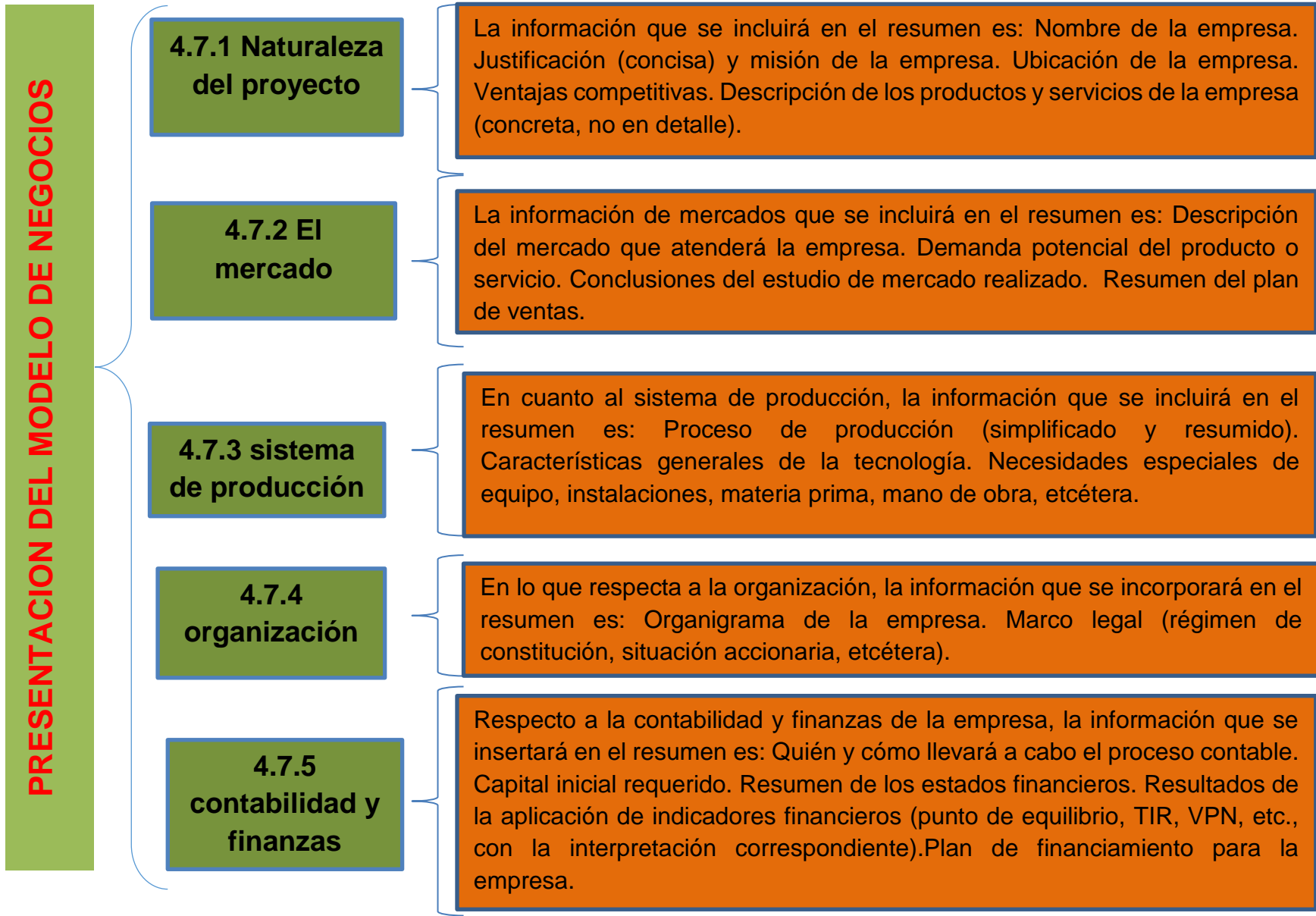
Cuando se pretende constituir legalmente una empresa es importante tomar en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos: Número de socios que desean iniciar el negocio. Cuantía del capital social (aportaciones por socio). Responsabilidades que se adquieren frente a terceros. Gastos de constitución de la empresa. Trámites a realizar para implantarla legalmente. Obligaciones fiscales que se deberán afrontar. Diferentes responsabilidades laborales que se adquieren.

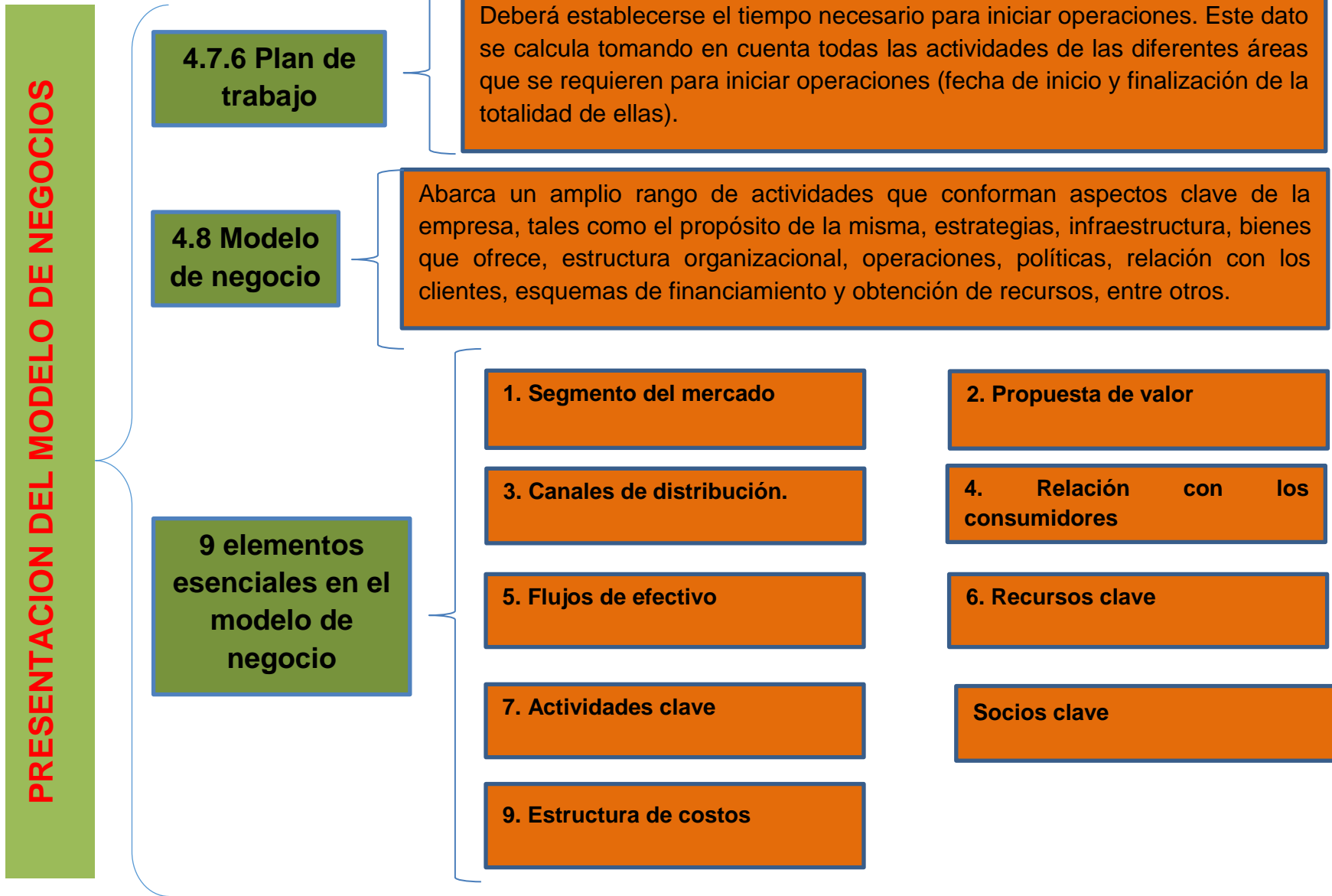












Referencia bibliográfica

Antología UDS, taller del emprendedor. Unidad III y unidad IV, pag. 64 – 106.

Fernando Trias de Bes. (2007). El libro negro del emprendedor: no digas que nunca te lo advirtieron. Gestión del conocimiento.: Empresa activa.

Eric Ries. (2011). El método Lean Startup. ISBN:9788423409495: Deusto.

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