

NOMBRE DEL ALUMNO: Fátima Guadalupe López Morales

NOMBRE DEL TEMA: Modelo De Negocios

PARCIAL: Tercer Parcial

NOMBRE DE LA MATERIA: Desarrollo Empresarial

NOMBRE DEL PROFESOR: Víctor Antonio González Salas

NOMBRE DE LA LICENCIATURA: Medicina Veterinaria Y Zootecnia

CUATRIMESTRE: 6To Cuatrimestre

LUGAR Y FECHA ELEBORACION:

Tapachula, Chiapas A 12 De Julio De2023

MODELO DE NEGOCIOS

MERCADO

Estrategia de expansión que trata del crecimiento de una empresa a partir de la conquista de nuevos mercados.

MARKETING

Define el producto o servicio a partir de las preferencias del consumidor para crear un intercambio que satisfaga los objetivos de ambos.

ESTUDIO DE MERCADO

Medio para recopilar registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al que la empresa ofrece sus servicios.

TAMAÑO DE MERCADO

Es la cantidad máxima de ingreso que puedes generar vendiendo tus productos o servicios a los clientes potenciales que se beneficiarían realmente de la compra de tus soluciones.

CONSUMO APARENTE

Identificación del número de clientes potenciales, así como un estimado el consumo que harían del producto que la empresa ofrece, a partir de sus hábitos de compra.

PUBLICIDAD

Acciones que hacen llegar un mensaje al mercado meta el objetivo es impactar directamente al cliente para que compre un producto lo que incrementa las ventas.

PROMOCION

Acto de información persuasión y comunicación que incluye varios aspectos como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas e, indirectamente, las etiquetas y el empaque.

PRODUCCION

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

PRODUCTO

Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor.

CAPACIDAD INSTALADA

Se refiere al nivel máximo de producción que puede alcanzar una empresa con base en los recursos con los que cuenta.

PUNTO DE REORDEN

Cantidad mínima de inventario a la cual se necesita llegar para volver a comprar.

CONTROL DE CALIDAD

El proceso que permite elaborar un producto o prestar un servicio, de acuerdo con las especificaciones de su diseño.

MATERIA PRIMA

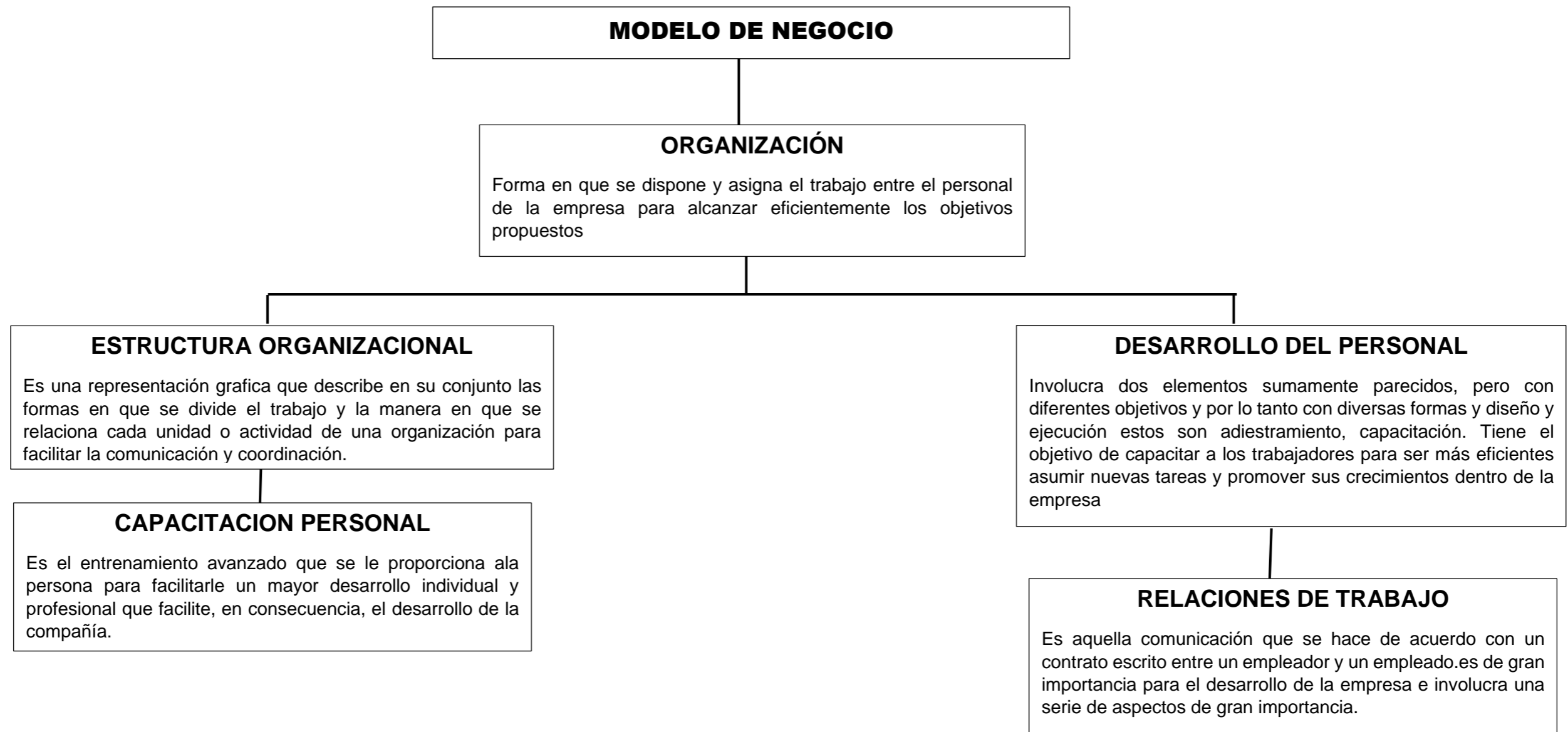
Elementos, partes o sustancias de las que se compone un producto o bien, se trata de los insumos necesarios para la presentación de un servicio.

BIENES INDUSTRIALES

Producto que se utilizan para producir otros bienes algunos de ellos entran directamente en el proceso productivo como materia prima, producto semiterminado o componentes.

BIENESTAR CONSUMO

Productos que usan los consumidores finales para satisfacer sus necesidades personales se clasifican en bienes duraderos o merecedores.



BIBLIOGRAFIA

ANTOLOGIA DE LA MATERIA

<https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>