

# UDS

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

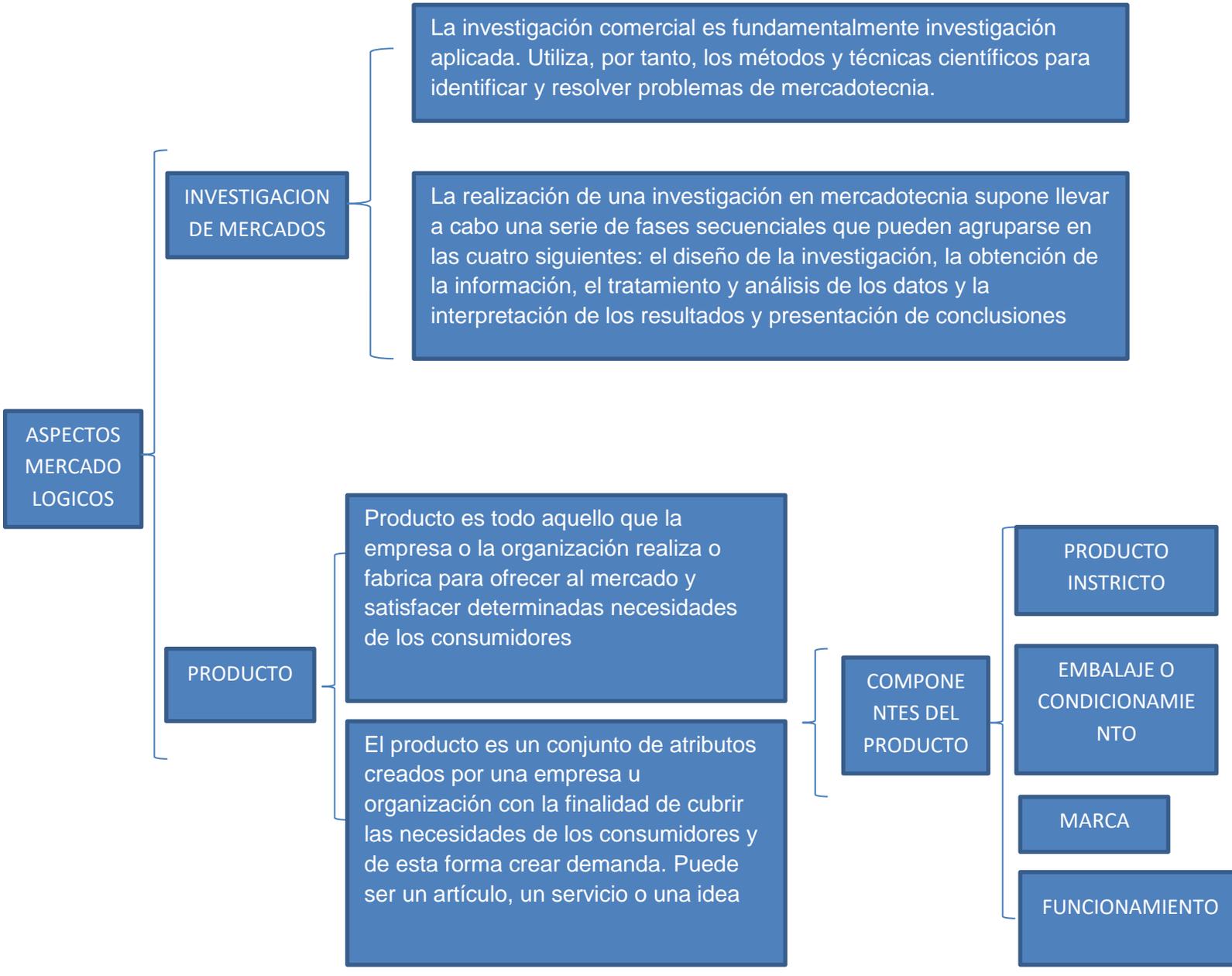
**DESARROLLO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMRESAS**

**CUADRO SINOPTICO**

**C.P. LEGMY YANET SANTIZO**

**JORGE ANGEL RAYMUNDO MORALES**

**29/05/2023    12/06/2023**



INVESTIGACION DE MERCADOS

La investigación comercial es fundamentalmente investigación aplicada. Utiliza, por tanto, los métodos y técnicas científicos para identificar y resolver problemas de mercadotecnia.

La realización de una investigación en mercadotecnia supone llevar a cabo una serie de fases secuenciales que pueden agruparse en las cuatro siguientes: el diseño de la investigación, la obtención de la información, el tratamiento y análisis de los datos y la interpretación de los resultados y presentación de conclusiones

ASPECTOS MERCADO LOGICOS

PRODUCTO

Producto es todo aquello que la empresa o la organización realiza o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores

El producto es un conjunto de atributos creados por una empresa u organización con la finalidad de cubrir las necesidades de los consumidores y de esta forma crear demanda. Puede ser un artículo, un servicio o una idea

COMPONENTES DEL PRODUCTO

PRODUCTO INSTRICTO

EMBALAJE O CONDICIONAMIENTO

MARCA

FUNCIONAMIENTO

ASPECTOS  
MERCADO  
LOGICOS

PRECIO

La asignación de precios de un producto también debe considerar su costo. El costo unitario total de un producto se compone de varios tipos de costos, cada uno de los cuales reacciona de manera diferente a los cambios en la cantidad producida

CLASES DE  
COSTO

El costo fijo total es la suma de todos los costos fijos

El costo fijo promedio es el costo fijo total dividido entre el número de unidades producidas. Un costo variable, como el de la mano de obra o los materiales, se relaciona directamente con la producción

El costo variable total es la suma de todos los costos variables. Cuantas más unidades se produzcan, más alto es este costo

El costo variable promedio es el costo variable total dividido entre el número de unidades producidas

El costo total es la suma del costo fijo total y del costo variable total para una cantidad específica producida

El costo total promedio es el costo total dividido entre el número de unidades producidas

El costo marginal es el costo de producir y vender una unidad más. Por lo común, el costo marginal de la última unidad es lo mismo que el costo variable de esa unidad.

ASPECTOS  
MERCADOL  
OGICOS

PUBLICIDAD

Como instrumento de la mercadotecnia, la promoción tiene como objeto comunicar la existencia del producto, dar a conocer sus características, ventajas y necesidades que satisface

Las distintas formas de promocionar un producto se diferencian, fundamentalmente, por los medios utilizados para comunicarse con el mercado meta

Venta personal - La venta personal es una forma de comunicación oral e interactiva, mediante la cual se transmite información de forma directa y personal a un cliente potencial específico y se recibe, de forma simultánea e inmediata, respuesta del destinatario de la información

Mercadotecnia directa - La mercadotecnia directa se concibe actualmente como un conjunto de instrumentos de promoción directa, que engloba actividades tales como la publicidad por correo, por teléfono (tele marketing) e Internet, para hacer propuestas de venta dirigidas a segmentos de mercado específicos, elegidos generalmente a través de sistemas de bases de datos

Publicidad - La publicidad es toda transmisión de información impersonal y remunerada, efectuada a través de los medios masivos de comunicación (prensa, radio, tele- visión, etc.) mediante anuncios o inserciones pagados por el vendedor y cuyo mensaje es controlado por el anunciante

Relaciones públicas - Las relaciones públicas consisten en un conjunto de actividades que incluyen las relaciones con la prensa, el cuidado de la imagen y el patrocinio. Son llevadas a cabo por las empresas o instituciones para conseguir la difusión de información favorable a través de los medios de comunicación

Promoción de ventas - La promoción de ventas es aquel conjunto de actividades que, mediante la utilización de incentivos materiales o económicos (premios, regalos, cupones, descuentos, mayor cantidad de producto, etc.), tratan de estimular de forma directa e inmediata la demanda a corto plazo de un producto

ASPECTOS  
MERCADO  
LOGICOS

CANALES DE  
DISTRIBUCION

El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre el productor y el consumidor son los intermediarios. En este sentido, el canal de distribución está constituido por todo aquel conjunto de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a manos del consumidor o usuario