

UDS

NOMBRE DEL ALUMNO : JUN JOSE RODRIGUEZ
GALINDO

NOMBRE DEL MAESTRO: LUCERO DE CARMEN
GARICA

MATERIA: INVESTIGACION DE MERCADOS

TRABAJO: SUPER NOTA

FECHA: 19/05/2023

MERCADO



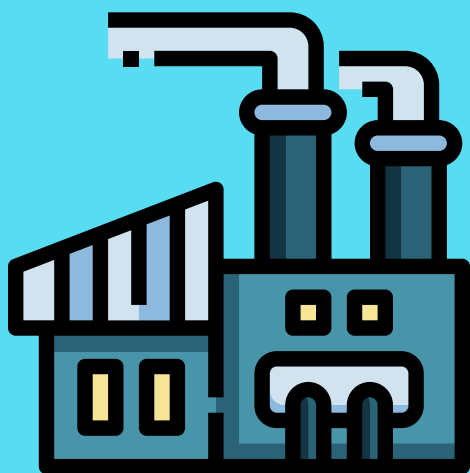
CONCEPTO DE MERCADO

es el fundamento de la autonomía de la teoría económica. En efecto, afirmar que el mercado es un dispositivo social que se autoregula equivale a sostener que la dimensión de lo económico no necesita de la intervención de las demás esferas de la vida social.

ELEMENTOS DEL MERCADO

De manera evidente, el primer elemento es un mercado, que será el lugar en el que se desarrollen otros tres elementos básicos, que son Consumidor) Oferta Demanda

50%



3 TIPOS DE MERCADO

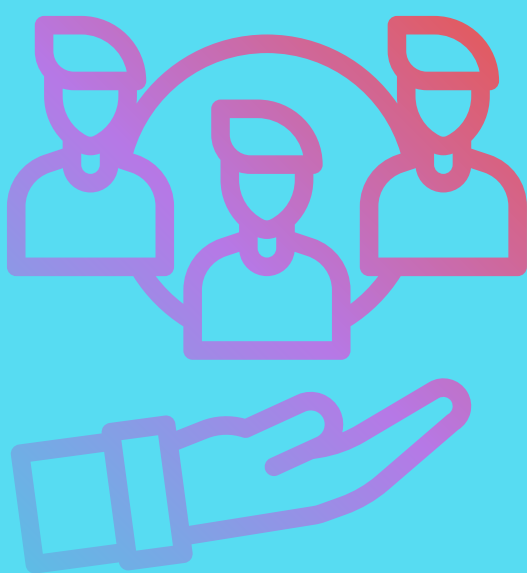
Uno de los conceptos de mercado es la demanda global de un producto o servicio entre los compradores o prospectos durante un periodo. Hay variables que permiten definir el tamaño y composición del mercado

EL MEDIO DEL MERCADO

La relación de intercambio entre la empresa y el mercado se desarrolla dentro de un sistema comercial, en el que hay una serie de factores no controlables por la empresa

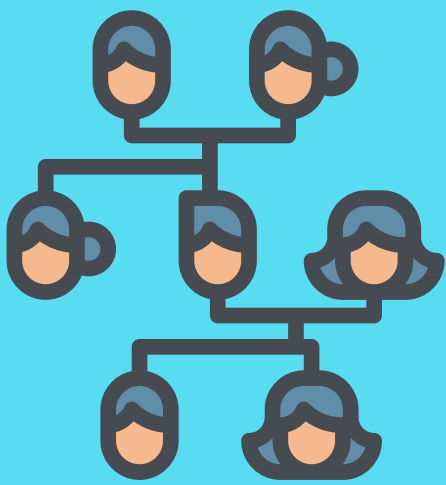


SEGMENTACIÓN DE MERCADOS



“Es el proceso de identificar grupos de clientes con necesidades y motivos de compra muy similares, dentro de un mercado relevante.” Al analizar la demanda primaria, la segmentación del mercado permite centrar el esfuerzo de la mercadotecnia hacia los usuarios de alto consumo y desarrollar ofertas de nuevos productos que se establecerán como objetivo

mercado 2



BENEFICIOS DE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

comprender mejor las necesidades y deseos de los consumidores y sus respuestas a las ofertas comerciales existentes o a las potenciales. S

6 MÉTODOS Y DISEÑOS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

Existen diversos procedimientos para segmentar mercados, que varían según se trate de formar grupos predeterminados (por ejemplo, grandes, medianos y pequeños usuarios; clientes habituales o esporádicos, etc.)



SEGMENTACIÓN DE MERCADOS DE CONSUMO

sirven para clasificar a los consumidores finales, o mercado de consumo, y a las empresas y otras organizaciones, o mercado industrial.



SEGMENTACIÓN DE MERCADOS INDUSTRIALES

e la segmentación a mercados industriales presenta ciertas particularidades. Para segmentar los mercados de empresas y otras instituciones, se utilizan fundamentalmente criterios objetivos, sean de tipo general o específico



**BOBLOGRAFIA ANTOLOGIA UDS DE
INVESTIGACION DE MERCADOS**