

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO



1-MERCADO

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



2-OBJETIVOS DEL MARKETING

Dentro del objetivo del marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en término de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado



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.



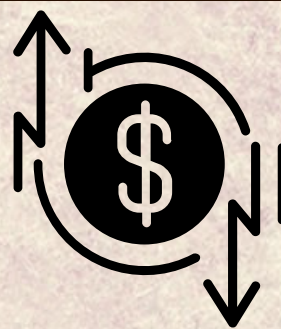
4-ESTUDIO DEL MERCADO

Es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el Mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos



5-LAS 4 P'S

- Precio
- Promoción
- Promoción de venta
- Producto



6- PRODUCCIÓN

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

7- ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN

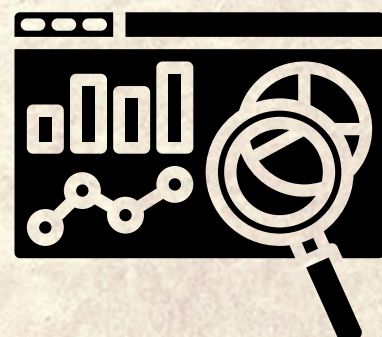
El diseño de un producto o servicio debe cumplir con varias características, entre otras:

- Simplicidad y practicidad (facilidad de uso).
- Confiabilidad (que no falle).
- Calidad (bien hecho, durable, etcétera).

Asimismo, el diseño debe especificar en qué consiste el producto o servicio, hacer una descripción detallada del mismo e incluir dimensiones, colores, materiales y otras características que lo definen.

8- ORGANIZACIÓN

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



9-Elementos

- 1- Procesos operativos (Funciones) de la empresa
- 2-Descripciones de puestos
- 3-Definición del "Perfil" del puesto, en función de lo que se le requiere



Miguel Antonio Domínguez Pereyra

Lucero del Carmen García Hernández

Super Nota

Taller del emprendedor

9no Cuatrimestre

"A"

**Lic. Administración y Estrategias de
negocios**

**Bibliografía:
Antología**