

**Nombre de alumno: Damaris Gabriela Pérez Santizo.**

**Nombre del profesor: LUZ ELENA CERVANTES**

**Nombre del trabajo: CUADRO SINÓPTICO**

**Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR**

**Grado: 9**

**Grupo: A**

## IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

### 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

### 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.

### Investigación del mercado

Deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse.

### 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.

### Las 4 P's

El producto, el precio, el punto de venta o plaza y la promoción, los cuatro factores principales que los especialistas en marketing deben tener en cuenta al diseñar su estrategia de campaña.

### Producción

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

### Elementos de producción

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

### Organización

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

### Elementos de organización

Hacer que los objetivos de la empresa y los de sus áreas funcionales concuerden y se complementen.

(SURESTE, 2022)

## Bibliografía

SURESTE, U. D. (2022). *plataformaeducativauds*. Obtenido de plataformaeducativauds:

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LNU/fc2573471c1c6f86286f3ffcdbdcecfad-LC-LNU905%20TALLER%20DEL%20EMPRENDEDOR.pdf>