

ESTUDIO DEL MERCADO

Arcelia Palmira Pereyda
Díaz

TÍTULO DEL PROYECTO

Marco teórico

DESCRIPCIÓN

Un estudio de mercado es una herramienta para conocer las opiniones, gustos, hábitos y costumbres de un segmento de mercado en específico, ya sea sobre algún producto o servicio. Dicho estudio, permite conocer a fondo el nicho al que se le busca vender.

OBJETIVO

Los estudios de mercado te permiten conocer cuántos individuos o empresas desarrollan la actividad económica que pretendes desarrollar con tu proyecto productivo, ya sea la producción de un bien o la prestación de un servicio, así como sus especificaciones y el precio que el público está dispuesto a pagar por él.

OPORTUNIDAD

Una oportunidad de mercado es la necesidad potencial de un producto o servicio que puede servir a una empresa para emprender nuevos negocios, realizar ventas y conseguir nuevos clientes, y de esa manera crecer su capital y su posicionamiento de mercado.

SOLUCIÓN

Un estudio de mercado es un conjunto de acciones realizadas por organizaciones comerciales que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual de un segmento determinado mercado. Su finalidad es conocer en profundidad el nicho que se pretende conquistar, como así también su grado de rentabilidad.



Mi Universidad

**NOMBRE DEL ALUMNO: ARCELIA
PALMIRA
PEREYDA DÍAZ**

**NOMBRE DEL TEMA: RELACIONES
PUBLICAS**

**NOMBRE DEL PROFESOR: RAUL
RAMIREZ**

**NOMBRE DE LA LICENCIATURA:
LIC. EN ADMINISTRACION Y
ESTRATEGIA EN
NEGOCIO. CUATRIMESTRE: 7MO
CUATRIMESTRE**