



Mi Universidad

Cuadro sinóptico

Nombre del Alumno: Norma Valeria Rodríguez Galindo

Nombre del tema: Mercado

Parcial: 1ª unidad

Nombre de la Materia: investigación de mercados

Nombre del profesor: Lucero Del Carmen García

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategia de negocios

Cuatrimestre: 6º

Fecha: 026 de mayo del 2024

MERCADO

EL MEDIO DE 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

Como es conocimiento de muchos de nosotros, siempre existen factores que influyen directamente en los procesos de las empresas; no importando cuál sea.

EL MICROENTORNO

Empresa

Al diseñar los planes de marketing, la gerencia de marketing toma en cuenta otros grupos de la empresa tales como la alta gerencia, finanzas, investigación y desarrollo, compras, operaciones y contabilidad.



Proveedores

Proveen los recursos que la empresa necesita para producir sus bienes y servicios



Intermediarios de marketing

Revendedores, empresas de distribución física, agencias de servicios de marketing, intercambios financieros.



Competidores

La empresa debe proveer mayor valor y satisfacción al cliente que sus competidores



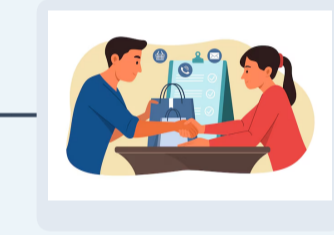
Publico

Es cualquier grupo que tenga interés real o potencial o un impacto sobre la capacitación de una organización



Cientes

Los clientes son los actores más importantes dentro del microentorno de la empresa



EL MACROENTORNO

El entorno demografico

Es el estudio de las poblaciones humanas en termino de su tamaño, densidad, ubicacion, edad, genero, raza, ocupación y otras estadísticas



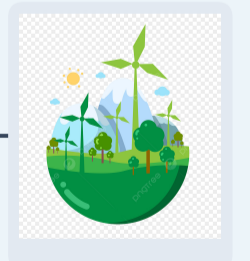
El entorno económico

Requiere tando del poder de compra como personas, el entorno ecoómico consiste en factores económicos que afectan el poder de compra del consumidor y sus patrones de gastos



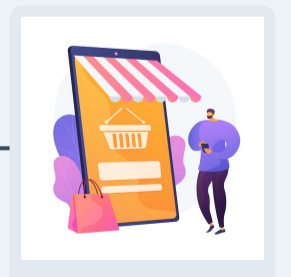
El entorno natural

Implica los recursos naturales que los mercadólogos necesitan de insumo, o que son afectados por las actividades de marketing, los mercadólogos deberían estar conscientes de varias tendencias en el entorno natural



El entorno tecnologico

Tal vez sea la fuerza más significativa que ahora da forma a nuestro destino las nuevas tecnologías pueden ofrecer oportunidades emocionantes para los mercadólogos



Entono politico

Consiste en las leyes, agencias gubernamentales y grupos de presión que influyen o limitan a varias organizacionales e individuos en una determinada sociedad



Entono cultural

Consiste en las instituciones y otras fuerzas que afectan los valores básicos de una sociedad, sus percepciones, preferencias y comportamientos

