



SUPER NOTA

NOMBRE DEL ALUMNO:

DAROLYN SAYURI HIDALGO
MÉNDEZ.

NOMBRE DEL TEMA: SUPER
NOTA

PARCIAL: II

NOMBRE DE LA MATERIA:
TALLER DEL EMPRENDEDOR

NOMBRE DEL PROFESOR: ING.
UAN MANUEL JAIME DIAZ

NOMBRE DE LA LICENCIATURA:
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA.

CUATRIMESTRE: 9no.

UNIDAD 3

¿DE QUE SE ENCARGA 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

¿QUE SE DEBE DEFINIR EN LOS OBJETIVOS?

Es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

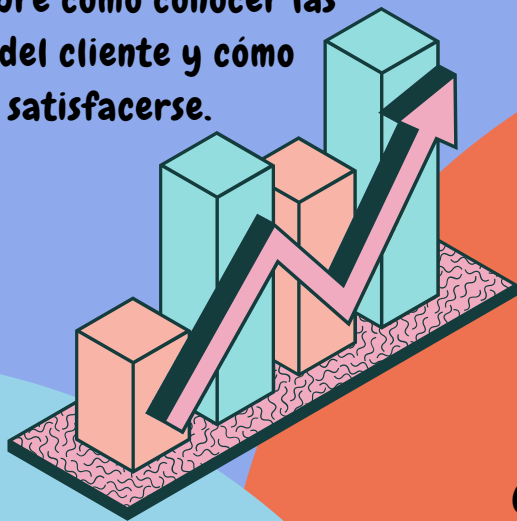


TIPOS DE MARKETING

- ESTRATÉGICO
- DIGITAL
- TRADICIONAL
- INBOUND
- OUTBOUND
- DE REDES SOCIALES

USO DE LA INVESTIGACION DE MERCADO

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de información sobre como conocer las necesidades del cliente y cómo pueden satisfacerse.



DEMANDA POTENCIAL

Cuando se proyecta el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.

ESTUDIO DE MÉRCADE

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

PROMOCIÓN DE VENTA

Son actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa; la promoción de ventas debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado alguna vitae.

