

**MATERIA: TALLER DEL
EMPRENDEDOR**

**ALUMNA: ERIKA DE JESUS
MORALES AGUILAR**

**DOCENTE: JUAN MANUEL JAIME
DIAZ**

**TEMA: IMPLANTACIÓN DEL MODELO
DE NEGOCIO**



UNIDAD: III



9° "A"

**LICENCIATURA: PSICOLOGIA
GENERAL**

04 DE JULIO DEL 2024

EL MERCADO



El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa

OBJETIVOS DEL MARKETING

Es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio



INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

Para lograrlo es necesario conocer sus necesidades



TAMAÑO DEL MERCADO

Se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa



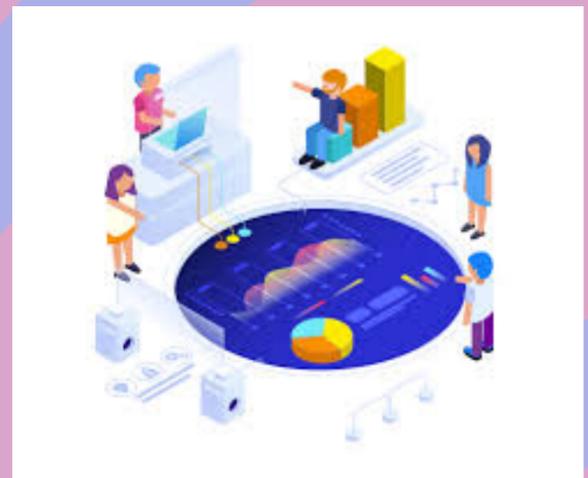
DEMANDA POTENCIAL



Será fácil determinar el consumo potencial del producto

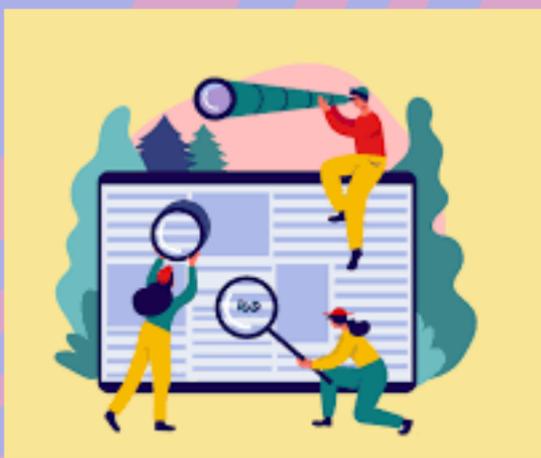
ESTUDIO DEL MERCADO

Es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado



OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

Opinión sobre el producto, precio que está dispuesto a pagar



ENCUESTA TIPO

Se traduzcan a preguntas claras, concretas, que no impliquen cálculos complicados



APLICACIÓN DE LA ENCUESTA



Resulta necesario aplicarlo en la forma correcta

RESULTADOS OBTENIDOS

Hay que tabularla y referirla a la población total de clientes



LAS 4 P'S

Producto
Precio
Plaza
Promoción



PROMOCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

puede dar a conocer un producto o servicio, incrementar su consumo



PUBLICIDAD



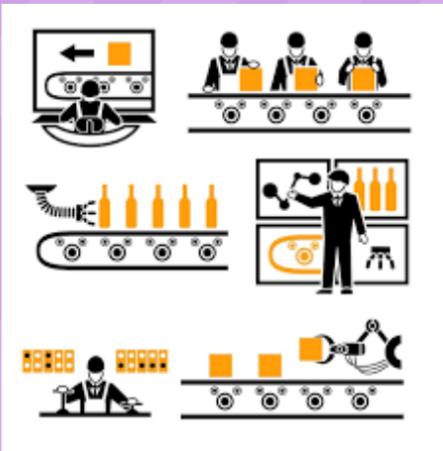
Es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado

PRODUCCIÓN

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos



ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN



Simplicidad
Confiabilidad
Calidad

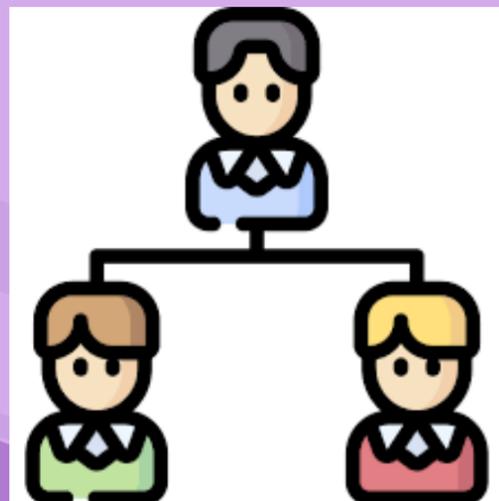
ORGANIZACIÓN

Forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa



ELEMENTOS DE ORGANIZACIÓN

Estructura organizacional
Funciones específicas por puesto
Administración de sueldos



FUENTE BIBLIOGRAFICA

ANTOLOGIA TALLER DEL EMPRENDEDOR.pdf

