



**Mi Universidad**

Mapa conceptual

*Nombre del Alumno Jose Eduardo Cordero Gordillo*

*Nombre del tema: desarrollo empresarial*

*Parcial: 2*

*Nombre de la Materia: desarrollo empresarial*

*Nombre del profesor: Reyes Molina Andrés Alejandro*

*Nombre de la Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia*

*Cuatrimestre: 6*

# DESARROLLO EMPRESARIAL

## MERCADOTECNIA

El Marketing es el conjunto de técnicas que a través de estudios de mercado intentan lograr el máximo beneficio en la venta de un producto: mediante el marketing podrán saber a qué tipo de público le interesa su producto.

Su función primordial es la satisfacción del cliente (potencial o actual) mediante las cuales pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas.

## MERCADOTECNIA DEL PROYECTO

Producto: Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad.

Precio: Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.

Promoción: La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son: Comunicar las características del producto. Comunicar los beneficios del producto. Que se recuerde o se compre la marca/producto.

## INVESTIGACION DEL MERCADO

La investigación de mercado es un proceso utilizado para resolver problemas entre la empresa y sus mercados, mediante la búsqueda y el análisis de información.

Así que, al referirnos a la investigación como un proceso, lo que queremos decir es que se debe seguir una serie de pasos, en forma sistemática para poder recolectar la información, analizarla y poder tomar decisiones sobre la manera como vamos a actuar.

Por esa razón, las empresas continuamente deberán realizar procesos de investigación de mercado, dado que esto le permite saber cómo responder a los cambios de gustos, preferencias y al comportamiento del mercado en general.

## LA MEZCLA DE MERCADO

La mezcla de marketing es una selección de herramientas de marketing que incluye diversas áreas de interés que se pueden combinar para crear un plan completo.

Los siete elementos del marketing te ofrecen un marco para utilizar en tu planificación de marketing y una estrategia esencial para promocionar eficazmente a tu mercado objetivo.

### **PLANES DE INTRODUCCION AL MERCADO**

El plan de introducción al mercado; en la estructuración de acciones concretas a realizar en los primeros meses de desarrollo de la empresa, para garantizar una entrada exitosa en el mercado.

Para llevar a cabo exitosamente el diseño del plan de marketing de una microempresa es indispensable realizar un análisis del entorno, el cual ayudará a que se tenga un panorama actual de cómo y dónde se ubicaría la misma

### **SISTEMA DE VENTAS**

Las ventas constituyen una de las funciones básicas de la empresa. El mejor sistema contable, la mejor publicidad y los mejores métodos de producción no podrán en nada si las ventas no ocurren, nada pasa en la empresa hasta que alguien vende.

Las ventas pueden traducirse en el resultado final de un adecuado sistema de producción, acompañado por el diseño y desarrollo de un plan integrado de mercadotecnia.

Con el propósito de diseñar una mezcla de mercadotecnia adecuada al mercado meta de la empresa, es necesario tener bien identificadas las características de éste y, en caso de que se presenten diversos mercados de interés, es recomendable proceder a una segmentación de mercado.