



**Mi Universidad**

## **SUPER NOTA**

*Nombre del Alumno: Alfredo Calvo Vázquez*

*Nombre del tema: Desarrollo Empresarial*

*Parcial: Unidad 2*

*Nombre de la Materia: Desarrollo Empresarial*

*Nombre del profesor: Andrés Alejandro Reyes Molina*

*Nombre de la Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia*

*Cuatrimestre: 6*

*Bibliografía: Antología Uds. desarrollo empresarial y páginas web*

# DESARROLLO EMPRESARIAL

## Mercadotecnia

La Mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual, grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. Se trata de entender todo lo que hay detrás de una venta, para motivarla e incentivarla.

se enfoca en diseñar estrategias para las empresas a partir de los objetivos que persiguen, entre ellos, aumentar las ventas



MERCADOTECNIA



## La mercadotecnia del proyecto

La mercadotecnia es un concepto utilizado para significar el conjunto de actividades y procesos llevados a cabo para fortificar y mejorar el posicionamiento de las empresas en sus respectivos mercados.

Lo que busca la mercadotecnia es distribuir y comercializar productos que los consumidores puedan pagar, para eso es necesario que haga una investigación sobre lo que quiere y necesita el público, efectuar pruebas de mercado, darlo a conocer a través de la publicidad y definir canales de distribución.



## Investigación de mercado

La investigación de mercados es una herramienta que utiliza medios científicos y prácticos para la recopilación de datos, los cuales, tras ser analizados e interpretados, se suministran a una empresa para que, con su aplicación, mejore el proceso de toma de decisiones.

Existen tres tipos de investigaciones de mercados: descriptivo, exploratorio y experimental. Estos 3 grandes tipos de investigaciones dependen de nuestro objetivo de investigación.



## Estudios de mercado

Un estudio de mercado es el conjunto de acciones que realiza una organización para conocer la demanda y la oferta existente en el mercado. Es decir, cuáles son las necesidades del público objetivo y cómo son satisfechas por parte de nuestra competencia.



## La mezcla de mercadotecnia

La mezcla de mercadotecnia, también llamadas las 4p's del marketing o Marketing Mix, representan los cuatro pilares básicos de cualquier estrategia de marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción. Cuando las 4 están en equilibrio, tienden a influir y a conquistar al público



Presenta: Ing. Juan Carlos Vázquez López.

## Planes de introducción al mercado

La mezcla de mercadotecnia, también llamadas las 4p's del marketing o Marketing Mix, representan los cuatro pilares básicos de cualquier estrategia de marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción. Cuando las 4 están en equilibrio, tienden a influir y a conquistar al público



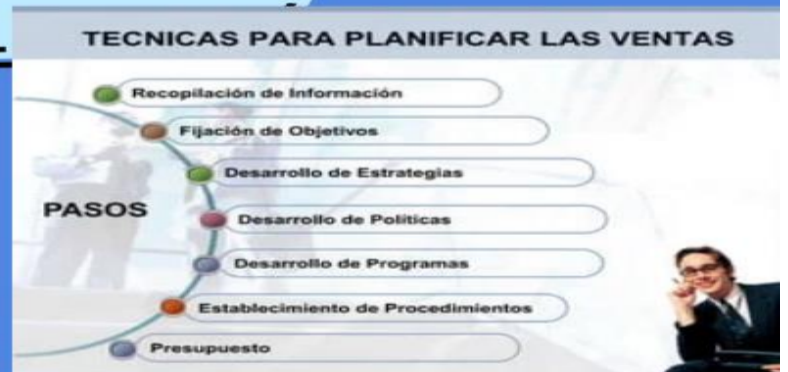
## Sistema de ventas

De manera general, podemos decir que un sistema de ventas se trata de una plataforma con distintas funcionalidades que potencian las habilidades del área comercial y que ayuda a incrementar los ingresos.



## planeacion

Un plan de ventas sirve para ordenar los esfuerzos que se hacen en el equipo comercial a fin de alcanzar las metas de negocio. Es un documento que ayuda a organizar a los representantes de ventas y sistematizar las acciones centradas en los clientes



## administracion

Un sistema de información de ventas abarca toda la información de los productos que tienes disponibles, así como sus movimientos. Contar con estos datos te permitirá no solo conocer cuál es el estado de tu inventario o stock, sino proponer acciones orientadas hacia su organización y optimización.

