



**Nombre de alumno: Carlos Daniel  
Ramírez Hernández**

**Nombre del profesor: Andrés  
Alejandro Reyes Molina**

**Nombre del trabajo: cuadro sinóptico**

**Materia: Desarrollo empresarial**

**Grado: 6**

**Grupo: a**

Comitán de Domínguez Chiapas a 12 de junio de 2024.

CONTENIDO DEL PLAN DE NEGOCIOS

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

LA MERCADOTECNIA DEL PRODUCTO

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.

La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales: 1. La cartera de productos 2. La diferenciación de productos 3. La marca

LA INVESTIGACION DE MERCADO

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 cómo vamos a actuar.

Estudio de mercado

Es una herramienta para conocer las opiniones, gustos, hábitos y costumbres de un segmento de mercado en específico, ya sea sobre algún producto o servicio. Se busca conocer el nicho al que se le quiere vender.

LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA

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. El término hace referencia a una clasificación que comenzó con cuatro elementos — producto, precio, lugar y promoción— y que se amplió a producto, precio, promoción, lugar, personas, embalaje y proceso.

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,

SISTEMA DE VENTAS (PLANEACION Y ADMINISTRACION)

Existen diversos sistemas de ventas, que abarcan desde las personales, hasta aquellas que implican sistemas complejos de distribución.

Las ventas personales son especialmente importantes para el pequeño empresario, ya que la mayor parte de las actividades de venta en la pequeña empresa se realizan en esa forma. El personal de ventas generalmente abarca desde los dependientes hasta los vendedores