



Nombre del Alumno: Erick Peñaloza Martínez

Nombre del tema: mapa Conceptual

Parcial: 2º

Nombre de la Materia: Desarrollo Empresarial

Nombre del profesor: Andrés Alejandro Reyes Molina

Nombre de la Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia

Cuatrimestre: 6º A

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.

Mercadotecnia del 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.

Investigación de mercado

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

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.

Planes de introducción 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.

Sistemas de ventas

Las ventas constituyen una de las funciones básicas de la empresa. 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.

Fuente de consulta: Antología, UDS, libro de desarrollo humano

