



Nombre de alumno:
Yazmin Lucero Gutierrez Sanchez

Nombre del profesor:
Andres Alejandro Reyes Molina

Nombre del trabajo:
Super nota

Materia:
Desarrollo empresarial

Grado:
6°

Grupo:
B
Comitán de Domínguez Chiapas a 13 de
junio de 2024..

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.



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.

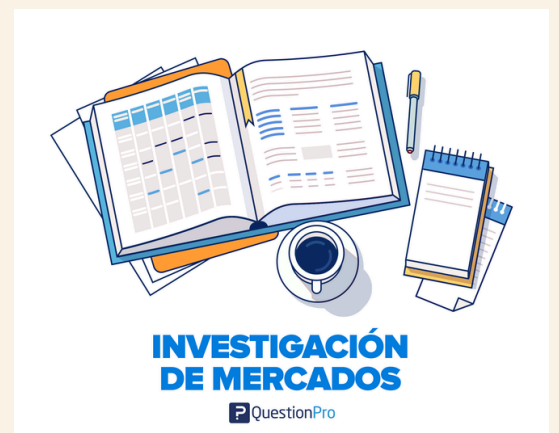
La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales: La cartera de productos, La diferenciación de productos, La marca, La presentación.



LA INVESTIGACION DE 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.



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

QuestionPro



ESTUDIOS DEL MERCADO:

Estudio de mercado es la acción que analiza y observa un sector en concreto en el que la empresa quiere entrar a través de la producción de un bien o de la prestación de un servicio.

Para ello, necesita de conclusiones precisas acerca del entorno en el que se quiere desenvolver y el resultado que tendría una entrada en él dadas las características del bien o servicio en el que han trabajado.

MEZCLA DE LA 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 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. 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 (PLANEACIÓN Y ADMINISTRACIÓN):

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.

