



**Nombre de alumno:
Garcia Arias Carlos Fabritzio**

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

**Nombre del trabajo:
Supernota**

**Materia:
Desarrollo empresarial**

**Grado:
6°**

**Grupo:
B**

**Comitán de Domínguez Chiapas a 15 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.

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 PRODUCTO

Es el elemento del mix que se fija más a corto plazo y con el que la empresa puede adaptarse rápidamente según la competencia, coste. Se distingue del resto de los elementos del marketing mix porque es el único que genera ingresos, mientras que los demás elementos generan costes.

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 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.



ESTUDIOS DEL MERCADO

Un estudio de mercado es el proceso mediante el cual realizamos la recolección y análisis de información que sirve para identificar las características de un mercado y comprender cómo funciona. Este tipo de estudio es especialmente útil para analizar aspectos como hábitos de consumo, región de operación, requerimientos de productos o análisis de la competencia para asegurar el buen desempeño del negocio.



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.



www.RobertoEspinosa.es

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. De esta manera, es necesario hacer un estudio de la competencia para conocer los productos que ofrecen, precios, ubicación y la calidad de su servicio.



SISTEMA DE VENTAS (PLANEACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

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.

