



Nombre de alumno:
Carolina Yazaterh Juarez Ruedaz

Nombre del profesor:
Andrez Alejandro Reyes Molina

Nombre del trabajo:
Super nota

Materia:
Desarrollo empresarial

Grado:
6°

Grupo:
B

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. Su función primordial es la satisfacción del cliente.



LA MERCADOTECNIA DEL PRODUCTO

El marketing de producto se refiere a todas las decisiones de marketing directamente relacionadas con el producto o servicio que se va a comercializar.

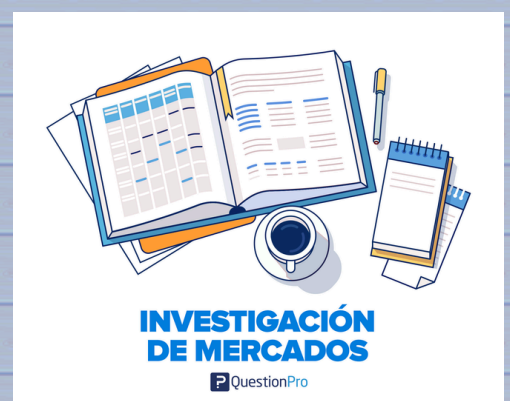
Producto: Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad.



LA INVESTIGACIÓN 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.

Por esa razón, las empresas continuamente deberán realizar procesos de investigación de mercado, dado que esto le permite saber cómo responder a los cambios de gustos, preferencias y al comportamiento del mercado en general.



ESTUDIO DE MERCADO

La definición de 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.

Un estudio de mercado es una iniciativa elaborada dentro de las estrategias de marketing que realizan las empresas cuando pretenden estudiar y conocer una actividad económica en concreto.



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.



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. C



SISTEMA DE VENTAS (PLANEACION Y ADMINISTRACION)

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. Muchas veces las ventas sirven como indicadores de la manera en que están funcionando otras áreas de la empresa, de ahí su importancia.

