

**Nombre de alumno: Leonardo Rafael Pinto Santos**

**Nombre del profesor: Andres Alejandro Reyes**

**Nombre del trabajo:Supernota**

**Materia: Desarrollo empresarial**

**Grado:6**

**Grupo:B**



# Desarrollo empresarial



**Mercadotecnia:**

Conjunto de técnicas para mejorar la comercialización de productos o servicios, basadas en entender y satisfacer las necesidades del consumidor.



La mercadotecnia del proyecto: Aplicación de estrategias de mercadotecnia específicas para promover y posicionar un proyecto en un mercado determinado.

**Investigación de mercado**

Proceso de recopilación y análisis de datos sobre un mercado para entender a los consumidores y las tendencias, fundamentando decisiones de marketing.



**Estudios de mercado**

Investigaciones detalladas sobre aspectos específicos del mercado, como competencia, segmentación y viabilidad de productos o servicios.

**La mezcla de mercadotecnia**

Decisión sobre Producto (qué se ofrece), Precio (cuánto cuesta), Plaza (cómo se distribuye) y Promoción (cómo se promueve) para alcanzar objetivos comerciales.



**Planes de introducción al mercado**

Estrategias detalladas para lanzar nuevos productos o servicios, incluyendo definición de mercado, fijación de precios, canales de distribución y campañas de lanzamiento.

**Sistema de ventas (planeación y administración)**

Diseño y gestión de estrategias de ventas, incluyendo objetivos, gestión de equipos y uso de herramientas como CRM para mejorar la eficiencia y efectividad.



# Desarrollo empresarial

## Mercadotecnia:

Conjunto de técnicas para mejorar la comercialización de productos o servicios, basadas en entender y satisfacer las necesidades del consumidor.

## La mercadotecnia del proyecto:

Aplicación de estrategias de mercadotecnia específicas para promover y posicionar un proyecto en un mercado determinado.

## Estudios de mercado

Investigaciones detalladas sobre aspectos específicos del mercado, como competencia, segmentación y viabilidad de productos o servicios.

## Investigación de mercado

Proceso de recopilación y análisis de datos sobre un mercado para entender a los consumidores y las tendencias, fundamentando decisiones de marketing.

## Planes de introducción al mercado

Estrategias detalladas para lanzar nuevos productos o servicios, incluyendo definición de mercado, fijación de precios, canales de distribución y campañas de lanzamiento.

## La mezcla de mercadotecnia

Decisión sobre Producto (qué se ofrece), Precio (cuánto cuesta), Plaza (cómo se distribuye) y Promoción (cómo se promueve) para alcanzar objetivos comerciales.

## Sistema de ventas (planeación y administración)

Diseño y gestión de estrategias de ventas, incluyendo objetivos, gestión de equipos y uso de herramientas como CRM para mejorar la eficiencia y efectividad.