



SUPER NOTA Y MAPA CONCEPTUAL

UNIDAD II

GERARDO DE JESUS CERIBELLI SANTIAGO 6TO B

DESARROLLO EMPRESARIAL

1 MERCADOTECNIA DEL PROYECTO

Descripción: Estrategias y tácticas utilizadas para promocionar y vender un proyecto específico.
Objetivo: Aumentar la visibilidad, atraer a clientes potenciales y asegurar el éxito comercial del proyecto.

2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Descripción: Proceso de recopilación y análisis de datos sobre el mercado, los consumidores y la competencia.
Objetivo: Obtener información que permita tomar decisiones informadas sobre estrategias de marketing.
Métodos:
Cuantitativos: Encuestas, cuestionarios, análisis de datos.
Cualitativos: Entrevistas, grupos focales, observación.

3 ESTUDIOS DE MERCADO

- Descripción: Evaluaciones detalladas de un mercado específico para comprender sus características, tamaño y tendencias.
Componentes:
- Segmentación de Mercado: Identificación de distintos grupos de consumidores dentro del mercado.
- Análisis Competitivo: Estudio de los competidores y su posición en el mercado.
- Análisis de la Demanda: Evaluación de la demanda actual y futura del producto o servicio.

4 LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA

- **Producto:**
Descripción: Lo que se ofrece al mercado, incluyendo sus características, diseño, marca y empaque.
- **Precio:**
Descripción: Estrategias de fijación de precios para maximizar las ventas y beneficios.
- **Plaza (Distribución):**
Descripción: Canales y métodos utilizados para hacer llegar el producto al consumidor final.
- **Promoción:**
Descripción: Actividades para comunicar, informar y persuadir al mercado objetivo sobre el producto.

5 PLANES DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

Descripción: Estrategias y acciones detalladas para lanzar un nuevo producto o servicio al mercado.

6 SISTEMA DE VENTAS

Descripción: Organización y gestión de los procesos de ventas para maximizar la eficiencia y efectividad.



DESARROLLO

EMPRESARIAL

Mercadotecnia del Proyecto

- Descripción: Estrategias y tácticas utilizadas para promocionar y vender un proyecto específico.
- Objetivo: Aumentar la visibilidad, atraer a clientes potenciales y asegurar el éxito comercial del proyecto.

Investigación de Mercado

- Descripción: Proceso de recopilación y análisis de datos sobre el mercado, los consumidores y la competencia.
- Objetivo: Obtener información que permita tomar decisiones informadas sobre estrategias de marketing.

Estudios de Mercado

- Descripción: Evaluaciones detalladas de un mercado específico para comprender sus características, tamaño y tendencias.

La Mezcla de Mercadotecnia (4P's)

- Producto:
 - Descripción: Lo que se ofrece al mercado, incluyendo sus características, diseño, marca y empaque.
- Precio:
 - Descripción: Estrategias de fijación de precios para maximizar las ventas y beneficios.
- Plaza (Distribución):
 - Descripción: Canales y métodos utilizados para hacer llegar el producto al consumidor final.
- Promoción:
 - Descripción: Actividades para comunicar, informar y persuadir al mercado objetivo sobre el producto.

Planes de Introducción al Mercado

- Descripción: Estrategias y acciones detalladas para lanzar un nuevo producto o servicio al mercado.

Sistema de Ventas (Planeación y Administración)

- Descripción: Organización y gestión de los procesos de ventas para maximizar la eficiencia y efectividad.