



NOMBRE DEL ALUMNO: Jarumy Azuceli Ortiz López.

TEMA: 3.1-3.4

MATERIA: Taller del emprendedor.

NOMBRE DEL PROFESOR: Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga

LICENCIATURA: Enfermería

CUATRIMESTRE: 9°

IMPLEMENTACION DEL MODELO DE NEGOCIOS

EL MARKETING

Se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes

PERMITE

Crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

OBJETIVOS DEL MARKETING

Lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

INVESTIGACION DEL MERCADO

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información

TAMAÑO DEL MERCADO

El paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles pueden tener la empresa, dónde están y quiénes son.

ESTUDIO DEL MERCADO

Es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio

Para lo cual se recomienda hacer un estudio de mercado, a través de una encuesta o entrevista.

