



**Mi Universidad**

## **Actividad III**

**NOMBRE DEL ALUMNO: Fatima Gpe. Diaz Camposeco.**

**TEMA: Mapa conceptual.**

**PARCIAL: III.**

**MATERIA: Taller del emprendedor.**

**NOMBRE DEL PROFESOR: Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga.**

**LICENCIATURA: Enfermería.**

**CUATRIMESTRE: 9no.**

# Implantación del modelo de negocio.

## El mercado.

Es.

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 y servicios que ofrece.

## Objetivo del marketing.

Lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

Se divide en

- Corto plazo.
- Mediano plazo.
- Largo plazo.

## Investigación del mercado.

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de información para lograr la satisfacción del cliente.

Se investiga.

- Tamaño del mercado.
- Consumo aparente.
- Demanda potencial.

## Estudio del mercado.

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

Se realiza.

Mediante una encuesta, y un análisis de dichos resultados valorando la opinión de las personas.