



Nombre del Alumno: Yubitza Ascencio Galera.

Nombre del tema: Implantación del modelo de negocio.

Parcial: 3°.

Nombre de la Materia: taller del emprendedor.

Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González.

Nombre de la Licenciatura: Enfermería.

Cuatrimestre: 9°.

Lugar y Fecha de elaboración: Pichucalco, Chiapas; a 06 julio del 2024.

Implantación del modelo de negocio.

Objetivos del marketing.

¿Cuáles son?

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

Tamaño del mercado.

Objetivo:

Buscar de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son.

Marcas.

¿Qué es?

Nombre, término, signo, símbolo o diseño, o combinación de todos estos elementos, que identifica los bienes y/o servicios que ofrece una empresa y señala una clara diferencia con los de su competencia.

Descripción del proceso de producción o prestación del servicio

Conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o para prestar un servicio. En él se conjuntan la maquinaria, la materia prima y los recursos humanos necesarios para realizar el proceso.

El mercado

¿Qué es?

Planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece.

Investigación del mercado

¿Qué debe hacer?

Deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse.

Estudio del mercado.

¿Qué es?

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

Las "4 P's".

Promoción del producto o servicio.

¿Qué es?

Acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas e, indirectamente, las etiquetas y el empaque.

Etiqueta.

¿Qué es?

Formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación.

Empaque.

Debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final.

Publicidad.

¿Qué es?

Serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta.

Promoción de ventas.

¿Qué es?

Actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa.

Productividad.

Concepto:

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores.

Producto.

¿Qué es?

Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor.

El proceso de la creatividad.

Fijación y políticas de precios

¿Qué es?

La fijación del precio es de suma importancia, ya que el precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio.

Producción.

¿Qué es?

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores.

Producto.

¿Qué es?

Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor.

Bienes.

Tipos:

- Bienes industriales: Productos que se utilizan para producir otros bienes
- Bienes de consumo: Productos que usan los consumidores finales para satisfacer sus necesidades personales; se clasifican en bienes duraderos o perecederos.

Servicios.

Clasificación:

- Servicios comerciales: Algunos ejemplos son: reparación y mantenimiento de maquinaria y equipo, diseño de instalaciones, etcétera.
- Servicios profesionales: Algunos ejemplos son: administrativos, atención médica o dental, educativos, de asesoría, etcétera.

Elementos de producción

Especificaciones del producto o servicio

El diseño de un producto o servicio debe cumplir con varias características, entre otras:

- Simplicidad y practicidad (facilidad de uso).
- Confiabilidad (que no falle).
- Calidad (bien hecho, durable, etcétera).

Elementos de organización

El primer paso para establecer un sistema de organización en la empresa es hacer que los objetivos de la empresa y los de sus áreas funcionales concuerden y se complementen.

Objetivos del área de producción.

Objetivo:

La transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores es la producción. Tales productos pueden ser bienes o servicios. El resultado final de un proceso de producción es el producto, el cual puede ser un bien o servicio, que representa un satisfactor para el consumidor.

Organización

¿Qué es?

Forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.

Objetivos del área de producción.

La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.

Referencia bibliográfica:

Universidad Del Sureste [UDS] Antología Taller del emprendedor

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/b9583624b6e36f03d6e2ac18b81f54e8.pdf>