



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

CAMPUS TAPACHULA

LICENCIATURA EN NUTRICION

TALLER DEL EMPRENDEDOR

NOVENO CUATRIMESTRE

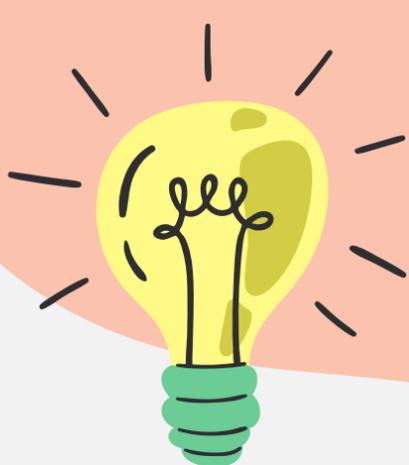
TERCER PARCIAL

DOCENTE:

ENRIQUE EDUARDO ARREOLA JIMENEZ

ALUMNA:

**VALERY CONCEPCION CABRERA
CRISPIN**



IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

EL MERCADO

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, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor

Objetivos del Marketing
Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado. Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar (nivel local: colonia, sector, etc.; nivel nacional: de exportación regional, mundial, u otros), así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos.



INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

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.



LAS 4 P'S

Promoción del producto o servicio

Promover es, en esencia, un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como la publicidad

Publicidad
Hacer publicidad es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta; su objetivo principal es crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un producto

Promoción de ventas

Otro elemento que causa un gran impacto en el mercado meta es el sistema de promoción de ventas, actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa; la promoción de ventas debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto o servicio



PRODUCCIÓN

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores. Producto. Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor.



ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN

1. El diseño de un producto o servicio debe cumplir con varias características, entre otras:
 - o - Simplicidad y practicidad (facilidad de uso).
 - o - Confiabilidad (que no falle).
 - o - Calidad (bien hecho, durable, etcétera).



ORGANIZACIÓN

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

