



Mi Universidad

Nombre Del Alumno: Fátima Guadalupe Aguilar Vázquez

Nombre Del Tema: Implantación De Un Modelo De Negocio

Parcial: Tercero

Nombre De La Materia: Taller Del Emprendedor

Nombre Del Profesor: Enrique Eduardo Arreola Jiménez

Nombre De La Licenciatura: Nutrición

Cuatrimestre: Noveno

IMPLANTACIÓN DE UN MODELO DE NEGOCIO

1

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, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.



2

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.



3

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.



4

ESTUDIO DEL MERCADO

Es el conjunto de acciones que realiza una organización para conocer la demanda y la oferta existente en el mercado. Es decir, cuáles son las necesidades del público objetivo y cómo son satisfechas por parte de nuestra competencia.



5

LAS 4 P'S

Representan el producto, el precio, el punto de venta o plaza y la promoción, los cuatro factores principales que los especialistas en marketing deben tener en cuenta al diseñar su estrategia de campaña. La estrategia de marketing debe: Comunicar lo que el producto proporcionará al cliente.



6

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.



7

ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN

Tradicionalmente, los economistas dividen los factores de producción en cuatro categorías: tierra, trabajo, capital y capacidad empresarial. La tierra se refiere a los recursos naturales, el trabajo se refiere al esfuerzo laboral y el capital es cualquier cosa que se utilice para hacer algo más.



BIBLIOGRAFIA

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LNU/fc2573471c1c6f86286f3ffcdbdcecfad-LC-LNU905%20TALLER%20DEL%20EMPRENDEDOR.pdf>