

**UDS**

**CAMPUS, TAPACHULA**

**LIC. EN NUTRICION**

**ANTONIO CABRERA RAMIREZ**

**INFOGRAFIA**

**“Implantación de un modelo de  
negocio”.**

**TALLER DEL EMPRENDEDOR**

**9 CUATRIMESTRE**

**3ER PARCIAL**

# UNIDAD III. IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO



## EL MERCADO

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

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



## 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

## ESTUDIO DEL MERCADO, OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO, CONCLUSIONES DEL ESTUDIO REALIZADO

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.



## DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado.



## BIBLIOGRAFIA

[HTTPS://PLATAFORMAEDUCATIVAUDS.COM.MX/ASSETS/DOCS/LIBRO/LNU/FC2573471C1C6F86286F3FFCBDCFCFAD-LC-LNU905%20TALLER%20DEL%20EMPREENDEDOR.PDF](https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/LIBRO/LNU/FC2573471C1C6F86286F3FFCBDCFCFAD-LC-LNU905%20TALLER%20DEL%20EMPREENDEDOR.PDF)