



Mapa conceptual.

Nombre del Alumno: Karla Osorio Contreras.

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: 8.

Lugar y Fecha de elaboración: Pichucalco Chiapas; 05/07/2025

3.1 EL MERCADO

El marketing

Se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa.

Relación con

El precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece.

Permiten

Crear un intercambio (entre empresa y consumidor).

Satisfacen

Los objetivos de los clientes y de la propia organización.

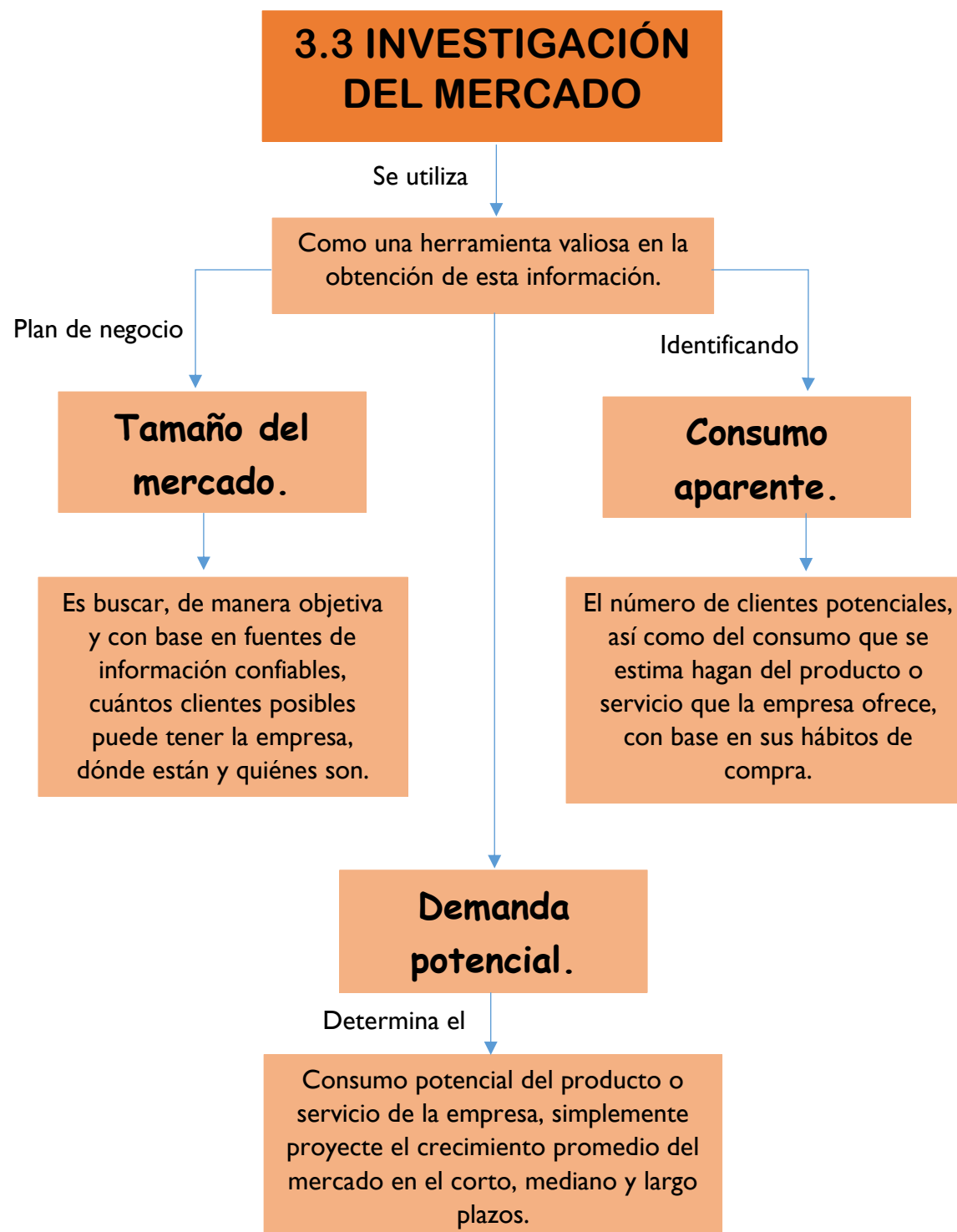
3.2 OBJETIVOS DEL MARKETING

Definen

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

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).



3.4 ESTUDIO DEL MERCADO

¿Qué es?

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

Objetivo del estudio de mercado.

Conocer

En forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio.

Encuesta tipo.

Pretende

Aplicar debe ser cuidadosamente planeada.

Aplicación de la encuesta.

Necesario

Aplicarlo en la forma correcta para asegurar que la información que obtendrá sea válida para los fines perseguidos.

Resultados unidos.

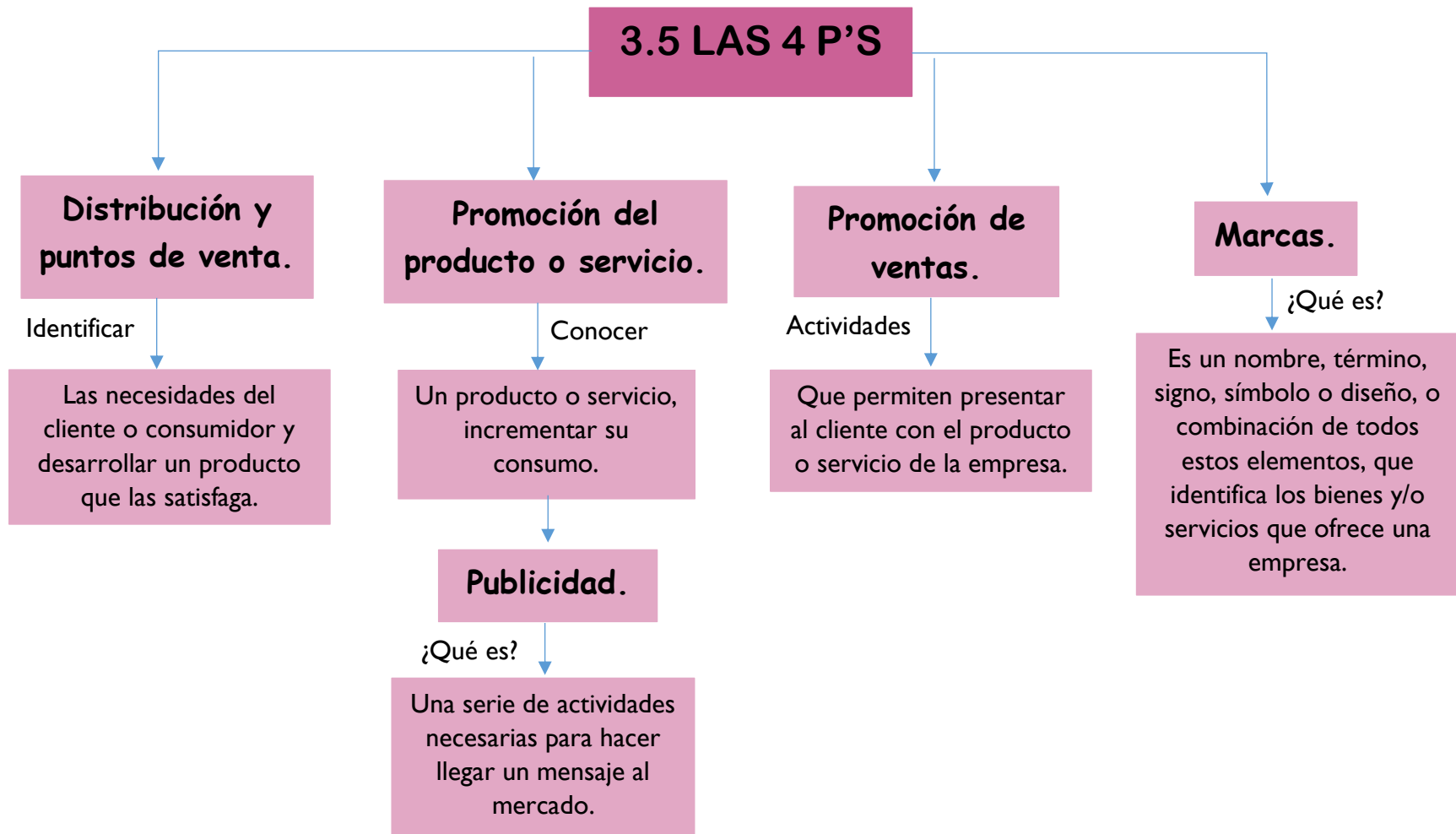
Referirla

A la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas.

Conclusiones del estudio realizado.

Consiste

En la interpretación de los datos obtenidos.



3.6 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.

Objetivos

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

Destacar

Bienes industriales:

Productos que se utilizan para producir otros bienes.

Destacar

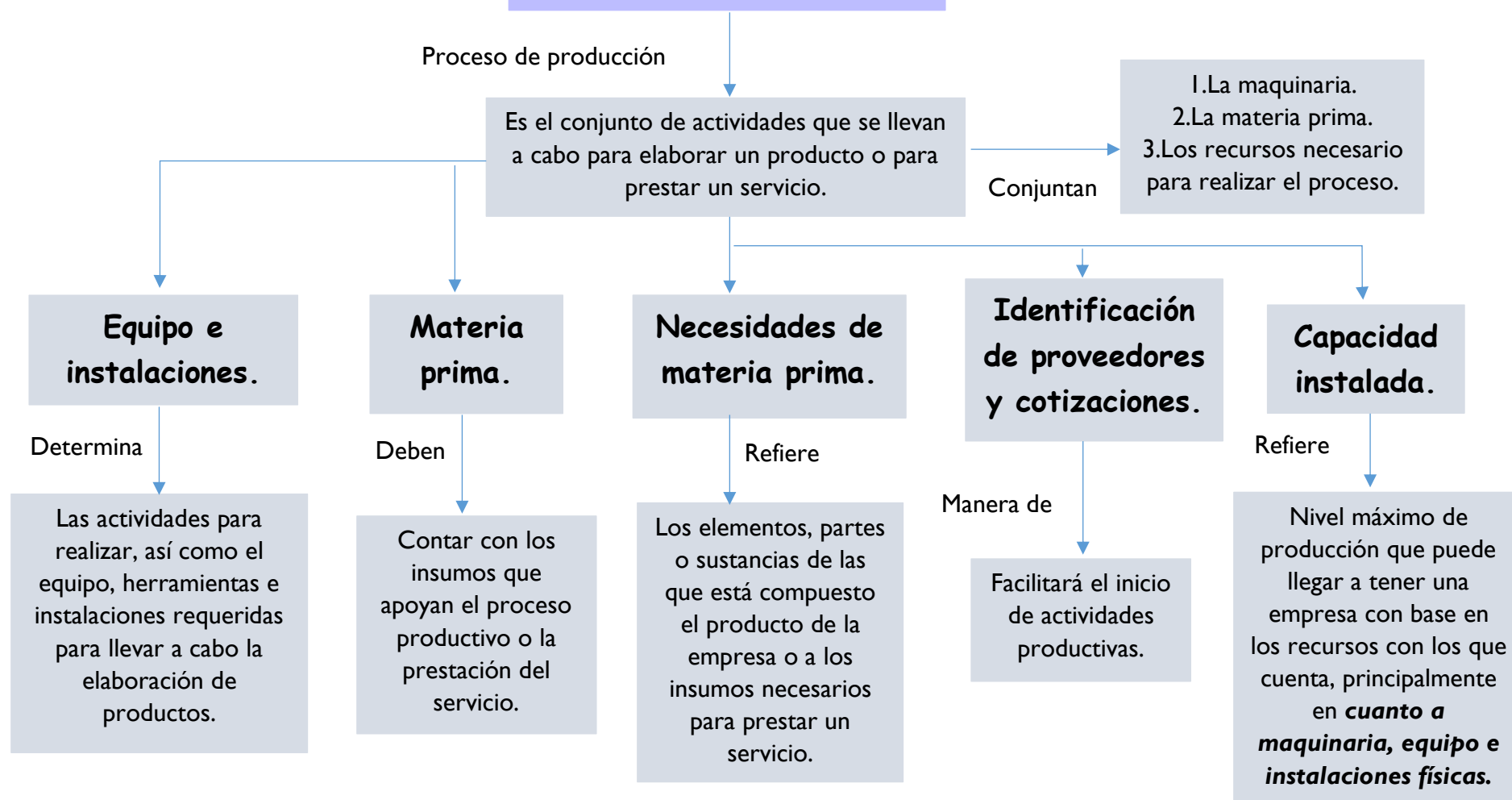
Bienes de consumo:

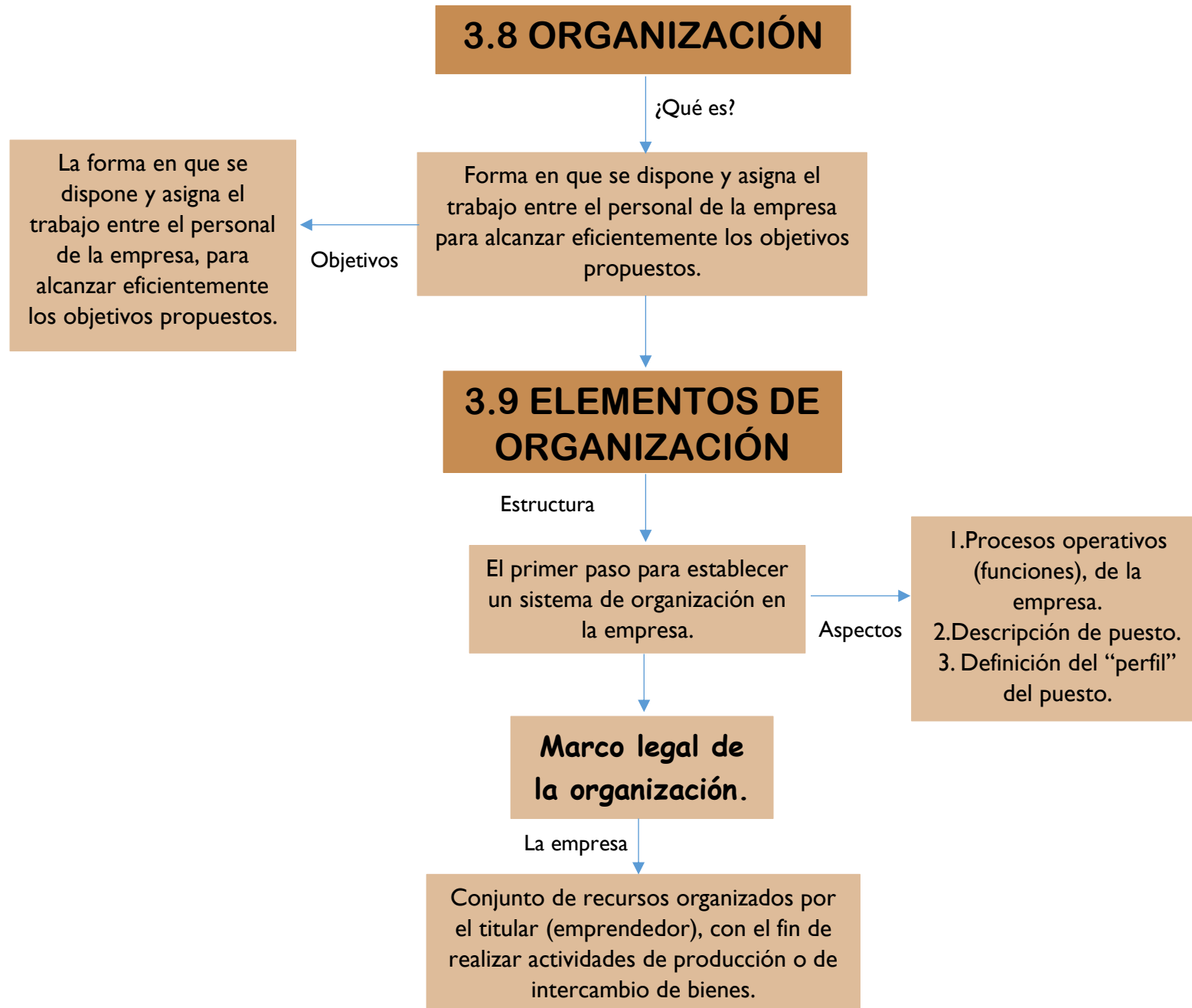
Productos que usan los consumidores finales para satisfacer sus necesidades personales.

Clasifican

Bienes duraderos o perecederos.

3.7 ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN





Referencias bibliográfica:

Antología UDS Taller del emprendedor.