



**NOMBRE DEL ALUMNO:**

**ALAN FRANCISCO GALLEGOS MORALES**

**NOMBRE DEL CATEDRÁTICO:**

**GLADIS ADILENE HERNANDEZ LOPEZ**

**NOMBRE DEL TRABAJO:**

**MAPA CONCEPTUAL**

**MATERIA:**

**TALLER DEL EMPRENDEDOR**

**GRADO: NOVENO CUATRIMESTRE**

**GRUPO: LDE08EMC0122-A**

# UNIDAD III. IMPLANTACION DEL MODELO DE NEGOCIOS

## 3.1 EL MERCADO

¿De que se encarga?

De planear todo respecto a las actividades en relación a la empresa, como los precios, como se distribuirá, como se venderá el servicio.

Al igual se encarga de determinar el producto o servicio, basándose en que es lo que prefieren las personas consumidoras de este.

## 3.2 OBJETIVOS DEL MARKETING

¿Cual es?

Se encargará de determinar lo que se desea lograr, con el lanzamiento del producto o servicio, hablando de ventas, distribución y el posicionamiento que obtendrá en el mercado.

¿Cómo deberá ser?

A) Corto plazo: 6 meses  
B) Mediano plazo: 1 año  
C) Largo plazo: 2 años

## 3.3 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

¿Qué significara?

Tamaño del mercado; Sera el rango de operación que tendrá la empresa.

Consumo aparente: Definir el consumo que estas teniendo en tu producto o servicio y en que segmento de consumidores.

Demanda potencial: Determinar el numero de consumo del producto o servicio, para potenciar la empresa.

## 3.4 ESTUDIO DEL MERCADO

¿Qué es?

Método que se usara para la recapitulación de información con relación al mercado en el que se encuentra nuestro producto.

La empresa determinara la información deseada a traves del estudio de mercado realizado

## FODA

¿Qué es?

F ortalezas

O portunidades

D ebilidades

A menazas

Es necesario que para realizarlo se de un enfoque a un tema en especifico.

## BIBLIOGRAFIA:

APUNTES DE LA MATERIA TOMADOS EN CLASE