MAPA CONCEPTUAL

Nombre del Alumno: Leonel Mollinedo Noyola

Nombre del tema: IMPLANTACION DEL MODELO DE NEGOCIO

Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor.
NOMBRE DEL PROFESOR: GLADIS ADILENE HERNANDEZ LOPEZ.

Licenciatura en Derecho

Noveno Cuatrimestre.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

El mercado

Busca planear las actividades de la empresa en relación
con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios

con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio.

Objetivos del Marketing

es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio.

Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar.

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.

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Consumo aparente

establecer el consumo
aparente que dicho segmento representa.

así como del consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece, con base en sus hábitos de compra.

Demanda potencial

Si cuenta con un cálculo del consumo aparente

será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa.

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.

Objetivo del estudio de mercado.

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

definir el producto o servicio que planea ofrecer, de acuerdo
con el punto de vista del consumidor potencial.

Encuesta tipo

La encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada.

Por tal motivo, es conveniente evaluar el mercado a través de la encuesta para obtener
información.

Bibliografía.
Antología de Taller del Emprendedor,UDS . 2025.

Presented with xmind