



**Nombre de alumno: Sayuri Azucena Salinas Aguilar**

**Nombre del profesor: Sissy Alexandra Yáñez Pinto**

**Nombre del trabajo: super nota**

**Materia: Desarrollo Empresarial**

**Grado: 6**

**Grupo: A**

Comitán de Domínguez Chiapas a 13 de junio de 2025

Es un conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda



La mercadotecnia de proyectos se refiere al conjunto de estrategias y acciones enfocadas en promover y posicionar un proyecto específico, ya sea un producto, servicio o iniciativa, ante su público objetivo.

La investigación de mercados es un proceso sistemático para recopilar, analizar e interpretar información sobre un mercado específico con el objetivo de tomar decisiones informadas. Ayuda a las empresas a entender las necesidades y deseos de los consumidores, analizar a la competencia, y evaluar oportunidades de crecimiento



Un estudio de mercado es una investigación sistemática para recopilar, analizar e interpretar datos sobre un mercado específico.



La mezcla de mercadotecnia (también conocida como Marketing Mix) es un conjunto de estrategias y herramientas que una empresa utiliza para lograr sus objetivos de mercado, como aumentar la demanda o generar ventas



Un plan de introducción al mercado, o "go-to-market strategy", es un documento que detalla cómo una empresa planea lanzar un nuevo producto o servicio al mercado

Un sistema de ventas abarca la planeación y administración de las actividades comerciales de una empresa para lograr sus objetivos de ventas

