



Nombre de alumno: Eddy Antonio López Pérez

Nombre del profesor: Andrés Alejandro
reyes molina

Nombre del trabajo: SUPER NOTA

Materia: desarrollo empresarial

Grado: 6

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas 13 de junio de 2025

DESARROLLO EMPRESARIAL

MERCADOTECNIA

La mercadotecnia (o marketing) es el conjunto de actividades que identifican, crean, comunican y entregan valor a los consumidores, con el propósito de satisfacer sus necesidades y deseos, al mismo tiempo que se cumplen los objetivos organizacionales.

Funciones principales:

- Investigación de mercados
- Desarrollo de productos
- Estrategias de precios
- Comunicación y promoción
- Distribución
- Fidelización del cliente

LA MERCADOTECNIA DEL PROYECTO

Es la aplicación de estrategias de marketing específicamente al lanzamiento, promoción y posicionamiento de un proyecto, producto o servicio nuevo.

Importancia:

- Determina la viabilidad comercial del proyecto.
- Define cómo se va a comunicar y vender la propuesta al público objetivo.
- Ayuda a diferenciarse de la competencia.



INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Proceso sistemático de recolección, análisis e interpretación de datos relacionados con un mercado, consumidores, competencia y entorno.

Objetivos:

- Comprender el comportamiento del consumidor
- Detectar oportunidades y amenazas
- Validar la aceptación de un producto o servicio

ESTUDIOS DE MERCADO

Es la aplicación práctica de la investigación de mercado a un caso concreto, con el fin de evaluar la demanda potencial, la competencia y los canales de distribución.



PLANES DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

Son estrategias diseñadas para lanzar un nuevo producto o servicio al mercado, con el fin de captar clientes desde la etapa inicial.

SISTEMA DE VENTAS (PLANEACIÓN Y ADMINISTRACIÓN)

Es la organización estructurada de todas las actividades comerciales para alcanzar las metas de ventas del proyecto o empresa.

