



Nombre Del Alumno: Dulce lisbeth Mejía Morales

Nombre del tema : Mercadotecnia

Nombre de la Materia: Desarrollo empresarial

Nombre del profesor :Reyes Molina Andres Alejandro

Nombre de la Licenciatura: Medicina Veterinaria y
Zootecnia.

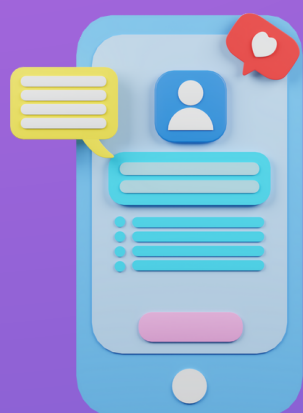
Cuatrimestre: 6

Grupo:A

MERCADOTECNIA

Mercadotecnia

- Conjunto de estrategias para identificar y satisfacer las necesidades del mercado.
- Objetivo: Generar valor para el cliente y lograr los objetivos de la empresa.



La Mercadotecnia del Proyecto

- Aplicación de principios de marketing al lanzamiento y desarrollo de un proyecto específico.
- Objetivo: Asegurar la aceptación del proyecto por parte del mercado objetivo.
- Incluye: Análisis de público objetivo, posicionamiento y estrategia de comunicación.

Investigación de Mercado

- Proceso de recopilación y análisis de datos sobre el mercado, competencia y consumidores.
- Objetivo: Tomar decisiones informadas para reducir riesgos.
- Tipos: Cuantitativa (datos numéricos) y cualitativa (percepciones y motivaciones).



Estudios de Mercado

- Evaluaciones detalladas sobre la viabilidad comercial de un producto o servicio.
- Objetivo: Determinar si existe una demanda real y rentable.
- Fases: Identificación del problema, recopilación de datos, análisis e interpretación.

La Mezcla de Mercadotecnia

- Combinación estratégica de factores controlables del marketing.
- Componentes (4P):
 - Producto: Bien o servicio ofrecido.
 - Precio: Valor monetario.
 - Plaza: Canales de distribución.
 - Promoción: Comunicación con el cliente.



Planes de Introducción al Mercado.

- Estrategias para lanzar un producto o servicio de manera efectiva.
- Incluye: Estudio de competencia, propuesta de valor, canales de entrada, campañas iniciales.
- Objetivo: Lograr posicionamiento y captación rápida de clientes.

Sistema de Ventas (Planeación y Administración)

Organización de procesos para gestionar la fuerza de ventas.

- Planeación: Definir metas, estrategias, territorios y recursos.
- Administración: Supervisión, capacitación y evaluación del equipo de ventas.
- Objetivo: Optimizar resultados y asegurar el cumplimiento de objetivos comerciales.

