



Super nota

**NOMBRE DEL ALUMNO: KARLA FERNANDA DIAZ
MAZARIEGOS.**

Nombre del tema: Mercadotecnia.

Parcial: 2

NOMBRE DE LA MATERIA: DESARROLLO EMPRESARAL

Nombre del profesor: Lic Andres Alejandro Reyes Molina.

Nombre de la Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia

Cuatrimestre: 6

Comitán 16-06-25.

Mercadotecnia

Es diseñar estrategias para las empresas a partir de los objetivos que persiguen, entre ellos, aumentar las ventas, obtener más ganancias y alcanzar una mayor participación de mercado.

La mercadotecnia del proyecto

Es la aplicación específica de principios de marketing para garantizar el éxito de un proyecto particular. Consiste en:

- Definir objetivos comerciales del proyecto
- Analizar el mercado meta
- Desarrollar estrategias de posicionamiento
- Implementar planes de acción



Investigación de mercado

Es una herramienta que utiliza medios científicos y prácticos para la recopilación de datos, los cuales, tras ser analizados e interpretados, se suministran a una empresa para que, con su aplicación, mejore el proceso de toma de decisiones.

Estudios de mercado

Son investigaciones sistemáticas que recopilan y analizan datos sobre un mercado específico, con el objetivo de tomar decisiones empresariales informadas. A diferencia de la investigación de mercado (que se enfoca en recoger datos), los estudios interpretan esa información para resolver problemas o aprovechar oportunidades.



La mezcla de mercadotecnia

Es la combinación estratégica de herramientas y tácticas que una empresa utiliza para lograr sus objetivos de marketing, enfocándose en cómo ofrecer el producto correcto al precio correcto, en el lugar correcto y con la promoción correcta.

Planes de introducción al mercado

Es un plan integral que te ayuda a definir, desarrollar y lanzar un nuevo producto o servicio. El propósito de esta hoja de ruta ayudarte a planificar el proceso de lanzamiento indicando las acciones que debes llevar a cabo para que sea exitoso.



Sistema de ventas

Como procesos en los que se establece una cadena ordenada de acciones que son necesarias para concretar una venta. Esta cadena de procedimientos permite seguir un plan general que promete un buen nivel de éxito.