

**NOMBRE DEL ALUMNO:**

**RICARDO CORDOVA  
SANTIZ**

Nombre del tema: Mercadotecnia

Nombre del profesor: Reyes Molina Andres Alejandro

Desarrollo empresarial

Cuatrimestre:6-A

Parcial:2

**LICENCIATURA:  
VETERINARIA**

**UUDS**

# MERCADOTECNIA

## MERCADOTECNIA

Definición:

Conjunto de actividades que buscan identificar y satisfacer las necesidades del cliente, generando valor a través de productos o servicios.

Objetivo:

Posicionar una marca, aumentar ventas y fidelizar consumidores.



## MERCADOTECNIA DEL PROYECTO

Definición:

Aplicación de estrategias de marketing en un proyecto específico para lograr su aceptación y viabilidad comercial.

Incluye:

- Análisis del mercado objetivo
- Estrategias de promoción
- Comunicación del valor del proyecto



## INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Definición:

Proceso sistemático de recolección y análisis de información relevante sobre el entorno, competencia y consumidores.

Finalidad:

Tomar decisiones informadas y minimizar riesgos.



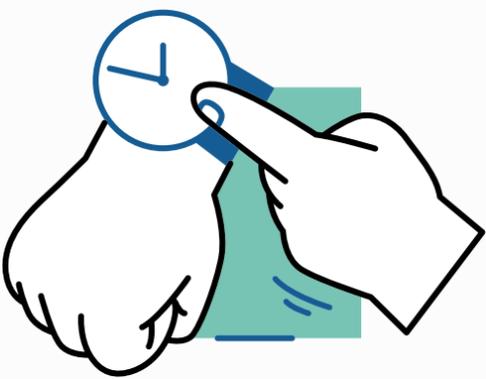
## ESTUDIOS DE MERCADO

Definición:

Análisis detallado del mercado que permite conocer preferencias, hábitos de consumo, segmentación y demanda potencial.

Ejemplo:

Encuestas, entrevistas y grupos focales.



## MEZCLA DE MERCADOTECNIA

- Producto: Lo que se ofrece al consumidor.
- Precio: Valor que paga el cliente.
- Plaza (Distribución): Canales por los que llega el producto.
- Promoción: Estrategias para dar a conocer el producto y persuadir al consumidor.

## PLANES DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

Definición:

Diseño de estrategias para lanzar un producto o servicio.

Incluye:

- Análisis del público objetivo
- Estrategias promocionales
- Cronograma de lanzamiento

