



**Mi Universidad**

Nombre del Alumno: Azul Ximena Urbina Sanchez

Nombre de la Materia: Desarrollo empresarial

Nombre del profesor: Andres Alejandro Reyes Molina

Cuatrimestre: 6to

Grupo: B

# MERCADOTECNIA

Es el proceso de identificar y satisfacer las necesidades del cliente de manera rentable. Busca crear, comunicar, entregar y capturar valor para el consumidor, al mismo tiempo que se logran los objetivos de la organización.

## LA MERCADOTECNIA DEL PROYECTO

Conjunto de actividades de marketing aplicadas específicamente a un proyecto. Su propósito principal es asegurar que el proyecto alcance sus objetivos, ya sea vendiendo un producto, atrayendo participantes o generando conciencia.



## INVESTIGACIÓN DE MERCADO

es un proceso clave para obtener información relevante sobre el entorno en el que opera un proyecto. Esto incluye conocer a los posibles clientes (sus necesidades, preferencias), a la competencia (sus fortalezas y debilidades) y las tendencias generales del mercado.



## ESTUDIOS DE MERCADO

son una aplicación más específica de la investigación de mercado, enfocada en la viabilidad de una oferta particular (un producto, servicio o iniciativa) dentro de un proyecto. Su objetivo es determinar si hay suficiente demanda, si el precio es adecuado y si el proyecto puede competir eficazmente.

## PLANES DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

son la hoja de ruta detallada para el lanzamiento de un nuevo producto, servicio o el proyecto en sí. Describen paso a paso cómo se presentará la oferta al público. Incluyen actividades previas al lanzamiento (como la preparación de materiales), el momento exacto del lanzamiento, las campañas de marketing iniciales, los canales de distribución que se usarán y los objetivos de ventas para el período inicial.

## LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA

La mezcla de mercadotecnia es el conjunto de herramientas tácticas que una empresa o proyecto puede controlar para influir en el mercado. Cada "P" representa una categoría de decisiones que deben tomarse:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción



## SISTEMA DE VENTAS (PLANEACIÓN Y ADMINISTRACIÓN)

se refiere a la estructura y los procesos para gestionar eficazmente todas las actividades relacionadas con la venta. Incluye dos componentes principales:

- Planeación de ventas: Establecer objetivos de ventas, desarrollar estrategias para alcanzarlos y asignar los recursos necesarios (personal, presupuesto).
- Administración de ventas: Supervisar y dirigir al equipo de ventas, su capacitación, el seguimiento de su rendimiento y la gestión de los territorios de venta. El objetivo es optimizar el rendimiento del equipo de ventas y asegurar que se cumplan las metas financieras del proyecto.