



Actividad 12: Actividad integradora "Estudio de Mercado"

MODALIDAD
equipo

z



Instrucciones



- I. Retoma las actividades 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 y11 y con base al siguiente índice construye el estudio de mercado de tu proyecto

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1 Descripción del problema o la necesidad que se pretende resolver con la implantación del proyecto

- 1.1.1 Explica por qué y cómo va a resolver la problemática o a satisfacer la necesidad detectada.
¿Por qué el mercado quiere tu producto o servicio?
- 1.1.2 Desarrolla brevemente el modelo de negocio
- 1.1.3 Desarrolla la problemática en forma cuantitativa y cualitativa utilizando estadísticas y tendencias del mercado
- 1.1.4 Justifica por qué que el proyecto es socialmente responsable (beneficio social y sustentabilidad)

1.2 Sector económico en el que se desarrolla el proyecto

- 1.2.1 Sector económico (primario, secundario, terciario) y especifica la actividad (agricultura, ganadería, industrial, comercio y servicios)

2. ESTRUCTURA DE MERCADO Y MARKETING

2.1 Análisis del entorno del mercado y diseño de estrategias de mercadotecnia

2.1.1 Investigación del mercado

- 2.1.1.1 Segmentación del mercado (mercado meta o target). Describir en forma cuantitativa y cualitativa
- 2.1.1.2 Determinación y proyección de la demanda (determina tu participación y el crecimiento esperado en el mercado)
- 2.1.1.3 Identifica quiénes son y dónde se localizan tus principales competidores, así como cuáles son sus principales fortalezas y debilidades

2.1.2 Estrategias de mercadotecnia

- 2.1.2.1 Diseño de la imagen y descripción de producto
 - 2.1.2.1.1 Uso del producto y beneficios para el consumidor
- 2.1.2.2 Precio de venta (Estimación basada en benchmarking)
- 2.1.2.3 Plaza (Definir el área geográfica que se abarcará, las ventajas y desventajas; la forma de comercialización y canales de distribución para tu producto o servicio)
- 2.1.2.4 Promoción y publicidad

2.1.3 Conclusiones de la estructura de mercado y marketing