



## INTRODUCCIÓN DEL PROYECTO Y ANÁLISIS CUANTITATIVO Y GUALITATIVO DEL MERCADO



# Introducción Unidad I

## INTRODUCCIÓN A LA UNIDAD

Cuando se quiere ofrecer un producto o servicio en primer lugar tenemos que conocer los alcances que se tiene para llegar a los consumidores; sin duda esto es crucial para la toma de decisiones y tomar acción; para incrementar la probabilidad de éxito se necesita realizar una investigación sobre el mercado, además de su comportamiento. En esta unidad conocerás cómo crear un análisis de mercado tanto de forma cuantitativa como cualitativa, cuál es la diferencia entre ambos y cuál es el que conviene más según el momento, identificando a los potenciales clientes.

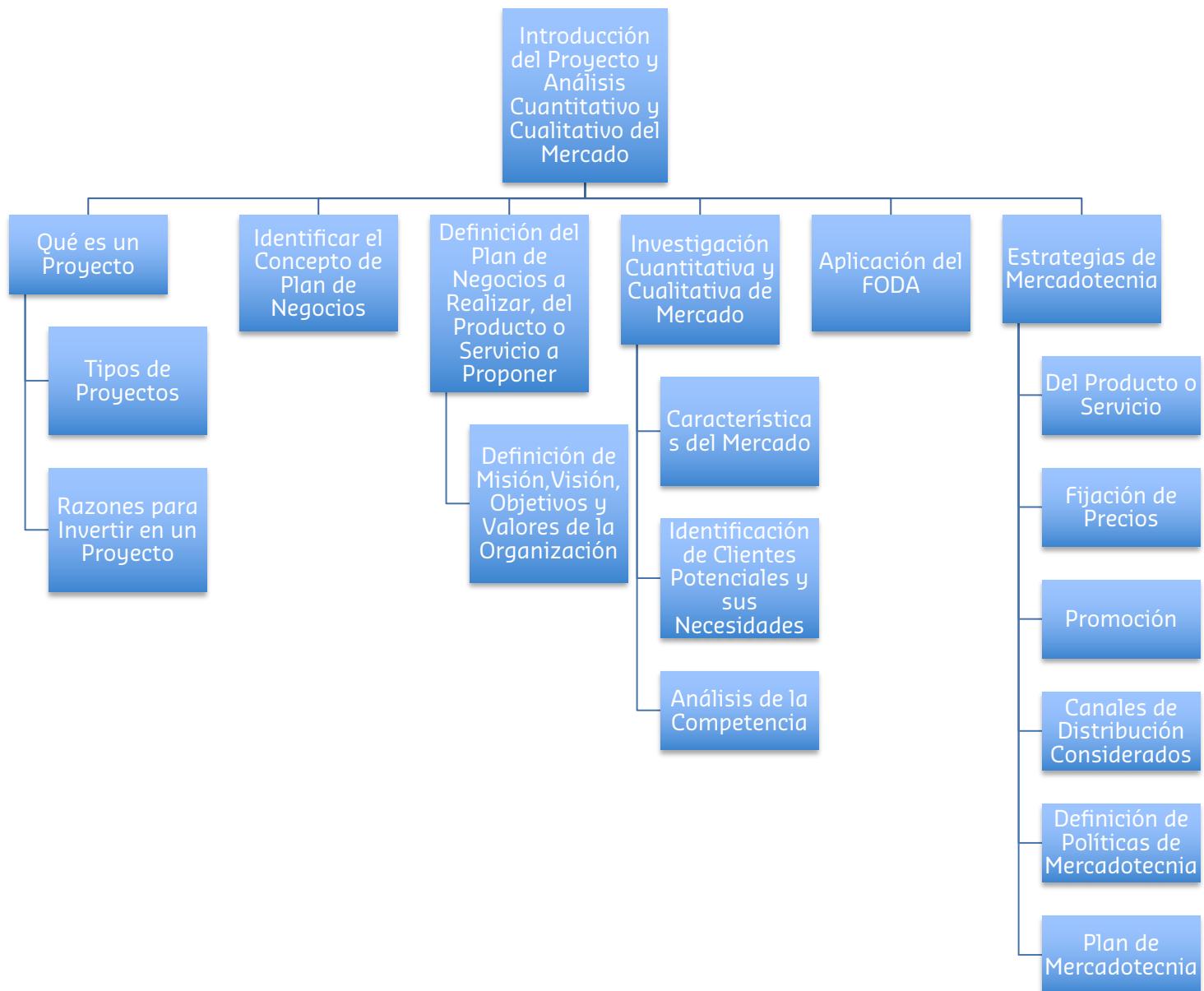
## OBJETIVO DE LA UNIDAD

En esta unidad analizarás y aprenderás cómo se realiza un proyecto empresarial y sus características generales: investigación de mercado, estudio de análisis FODA, análisis del ciclo de vida del producto, la determinación de las características del producto y/o servicio, los medios promocionales, el precio, los canales de distribución, entre otras especificaciones relacionadas con el emprendimiento de un negocio.

Aprenderás a elaborar el diseño organizacional de un negocio, el estudio técnico de ubicación así como el planteamiento del proceso productivo.

# Introducción Unidad I

## MAPA DE TEMAS



# Introducción Unidad I

## ACTIVIDADES DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	ACTIVIDAD
Definición de Misión, Visión, Objetivos y Valores de la Organización		Cómo Crear un Plan de Negocios
Características del Mercado		Plan de Negocios y Estudio de Mercado
Identificación de Clientes Potenciales y sus Necesidades		
Aplicación del FODA		Análisis FODA

## EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

EVALUACIÓN	PUNTOS
Actividad: Cómo crear un Plan de Negocios	5 Puntos
Actividad: Plan de Negocios y Estudio de Mercado	5 Puntos
Actividad: Análisis FODA	5 Puntos
Evaluación de La Unidad	5 Puntos