

# Home

**AZIENDA COSTI:** Il costo di produzione è il valore dei fattori produttivi utilizzati nella produzione di un bene o un **servizio: FISSO. COSTI Tali** costi indipendentemente dal livello di output, cioè non cambia se si cambia la quantità prodotta **e costi variabili:** tali costi con il livello di produzione. Nel breve periodo di distinguere tra fattori fissi e variabili. Tuttavia, tutti sono a lungo termine dei costi **variabili: diretta. COSTI I** costi direttamente legati alla produzione e che può essere assegnato specificamente per ogni prodotto di essere facilmente misurato il numero di unità applicati **e costi indiretti: I** costi che incidono il processo di produzione in comune a diversi prodotti e pertanto non possono essere assegnati direttamente a un prodotto, ma sono state utilizzando criteri di assegnazione o **generale: COMMERCIALE DEL SERVIZIO** comprende tutte le attività necessarie per raggiungere i consumatori beni e servizi prodotti dal empresa. funciones: *e di controllo. Planning* consiste nel sottolineare le azioni future e poi confrontare i risultati reali con le stime fatte in precedenza acquistato. *Studiare le preferenze.* Fornisce informazioni *di mercato* per tentare di determinare il consumatori. *Promozione e pubblicità del prodotto.* Con la pubblicità data a conoscere il prodotto al cliente. Con la promozione del prodotto è destinato ad aumentare le vendite, per un periodo di tempo **di. MERCATO vendite coinvolge direttamente.** Organizzazione commerciale e con le **relazioni:** i canali di distribuzione. Guardando lo spot, vediamo che ci sono tre elementi importanti Il prodotto, la società che produce il prodotto e il consumatore che soddisfi le vostre esigenze. Questi tre elementi sono quelli che definiscono un mercato mercado. TIPOS: Mercato: tutte le attività commerciali di un prodotto trasportato fuori dalla domanda e dall'offerta. Possiamo trovare diverse classificazioni: *concorrenza perfetta.* dirigenti e candidati determina il prezzo e nessuno può influenzarlo. Per lì, omogeneità e numero di offerenti demandantes. Conocimiento producto. Gran mercado. Libertad totale di ingresso e di mercato in uscita. *Concorrenza imperfetta.* Le aziende cercano di influenzare il prezzo del prodotto e migliorare il loro profitto. Il prezzo è di fondamentale importanza. I principali esempi di competencia imperfecta. son: monopolio, oligopolio, concorrenza **monopolistica. STUDIO DI MERCATO** Una ricerca di mercato è quello di raccogliere, elaborare e analizzare informazioni sul contesto generale, la concorrenza e il consumatore. FASI DELLA RICERCA DI MERCATO: *Definire l'obiettivo del investigación. Diseño modelo di ricerca.* Le principali fonti di informazioni comprendono empresa. Datos informazioni interne publicados. Investigaciones statistiche ufficiali compiuti verso l'esterno dell'azienda. *Raccolta di dati.* Efficace contatto con gli intervistati. I dati utilizzati nella ricerca possono essere di due tipi: dati primari. informazioni non strutturate sono state raccolte appositamente per estudio. Datos secundaria. informazioni strutturate e facilmente disponibili le sezioni. *classificazione e la struttura di datos. Análisis datos. Presentación e interpretazione: i risultati.* E 'una sintesi che dovrebbe contenere la seguente metodologia problema. Análisis analisis. Técnicos. Conclusiones risultati. TECNICHE PER LA RACCOLTA DEI DATI PRINCIPALI: Le tecniche più comunemente utilizzate sono: Sondaggio: Ci sono diversi tipi di indagine: personal. Entrevista Intervista a grupo. Encuesta correo. Encuesta telefónica. Encuestas via e-mail e web. I principali vantaggi di essere più veloce e meno costoso; I principali svantaggi sono che gli intervistati non sono un *campione rappresentativo di osservazione.* studiare il comportamento dei consumatori e trarre le conclusioni. Osservazione può essere diretta o attraverso il video. *Esperimenti.* È basata sul comportamento dei consumatori portano a studiare le loro reazioni.