



Nombre del alumno: Fabiola Briseida Cameras Alfonso

Nombre del profesor: Dr. Gerardo Garduño

Nombre del trabajo: Mapa conceptual

Materia: Administración de la Mercadotecnia

Grado: 1°

Grupo: MAD01SSC1020-A

Comitan de Domínguez, Chiapas a 17 de Octubre de 2020.

El producto

Es la suma de características o atributos físicos

Estos se dividen en:

Tangibles

Forma, tamaño o color



Intangibles

Marca, imagen de la empresa, servicio



Ciclo de vida

I n t r o d u c c i ó n

Empieza a distribuir el producto

Las ventas aumentan rápidamente

C r e c i m i e n t o

Las ventas dejan de aumentar

Las ventas aumentan rápidamente

M a d u r e z

Las ventas dejan de aumentar

Las ventas disminuyen y las utilidades desaparecen

D e c l i v e

Las ventas disminuyen y las utilidades desaparecen

Niveles del producto

Bienes de consumo

Duradero

Destructivo

De Convivencia

Esporádica

Especialidad

De preferencia

Bienes no buscados

Estrategias de productos

Centradas en el producto

La mejor de la calidad incrementa la duración, fiabilidad de consumo

La mejora en características aumenta su utilidad, rendimiento o comodidad

El cambio del diseño mejora su atractivo

Centradas en el mercado

Promover el uso más frecuente

Desarrollar un uso más variado del producto

Crear nuevos usuarios

Encontrar nuevos usos para el producto