



**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**ALUMNO:**

**WILLIAMS GUTIÉRREZ DEMEZA**

**CARRERA:**

**LIC. CONTADURÍA PÚBLICA**

**CUATRIMESTRE:**

**5°**

**MATERIA**

**MERCADOTECNIA.**

**TEMA:**

**LAS 4P'S**

**CATEDRÁTICO:**

**LIC. YESENIA BALLINAS TOLEDO.**

# INTRODUCCIÓN

El presente trabajo cuyo tema es: las 4p's del marketing, ha nacido del interés de conocer el origen, la definición y la aplicación de estas, ya que es importante en la formación del marketing, sin ignorar la gran importancia que tiene en el sector empresarial para el logro de objetivos, ya sea para el aumento de ganancias o de proyectos de expansión. Este trabajo se divide en varias partes medulares; tomando en cuenta una empresa en específico, en este caso el fabricante autos, motores, auto partes; pero más nos basaremos en la comercialización de dicho producto, y en si desarrollando las 4p's, empezando con el nombre, logotipo, eslogan en sí, el *producto*, *precio*, *plaza*, *promoción*.



### **LOGOTIPO:**

En efecto, el emblema de los frontales de los coches de Nissan representa eso, un sol naciente, pero también simboliza la unión de la que nació la compañía, cuyo nombre «Nissan» es asimismo la unión de las palabras Nippon Sangyo, que, traducido al español, significa «industria japonesa». Pocas marcas tienen unos orígenes tan complicados como Nissan, que es el resultado de la unión de muchas empresas.

### **ESLOGAN:**

NISSAN INTELLIGENT MOBILITY es la visión de la compañía que busca ofrecer un futuro más emocionante, seguro y conectado mediante nuevas tecnologías.

El lanzamiento progresivo de innovaciones, al conjugarse, culminarán en vehículos de conducción autónoma, completamente integrados a nuestras vidas y creando un futuro cero emisiones y cero accidentes de tránsito.

NISSAN  INTELLIGENT MOBILITY



## DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO:

Nissan es una de las marcas japonesas con más arraigo en España y cuenta con una fábrica en Barcelona en la que se producen modelos como el Nissan e-NV200, cien por cien eléctrico.

Con una contrastada fiabilidad, Nissan revolucionó en su día el mercado de los todo terreno con el lanzamiento del Nissan Patrol en España, éxito que se vio respaldado en sucesivas generaciones, y con el lanzamiento de nuevos modelos de tracción total como el X-trail, Terrano o Pathfinder. Sin embargo, el mayor éxito de Nissan fue la “civilización” del concepto de 4x4 con el lanzamiento del Nissan Qashqai, que, si bien no inventó la categoría SUV, sí supuso un punto de inflexión en el mercado, causando un auténtico boom de ventas que continúa en la actualidad con la segunda generación del modelo, que es referencia en la categoría y líder de ventas indiscutible.

Gracias a su alianza con Renault, Nissan se beneficia de su banco de órganos mecánicos, contando en su gama con los fiables y afamados motores diésel dCi, que ofrecen un elevado rendimiento, con buenas prestaciones y unos bajos consumos.

Además del Qashqai, Nissan cuenta con modelos tradicionales como el Micra, el Note o el Pulsar en los segmentos de coches ciudadanos, utilitarios y compactos, además del Nissan Juke dentro de los SUV compactos. La gama de deportivos está representada por los llamativos Nissan 370 Z con carrocería coupé y cabrio y el espectacular Nissan GT-R, un automóvil capaz de poner contra las cuerdas a iconos como el mismísimo Porsche 911.

Al igual que otros fabricantes, Nissan ofrece a sus clientes variantes especiales desarrolladas por Nismo, su división de vehículos deportivos, con un marcado acento racing.

**PRECIO:**

	<b>PRECIO DE LISTA</b>
<b>NP300 MOD. 2021</b>	
NP300 CHASIS TM'21	\$ <b>352,900</b>
NP300 PICK UP TM AC'21	\$ <b>395,902</b>
	<b>PRECIO DE LISTA</b>
<b>FRONTIER MOD. 2021</b>	
FRONTIER SE TM'21	\$ <b>451,900</b>
FRONTIER XE TM'21	\$ <b>468,901</b>
	<b>PRECIO DE LISTA</b>
<b>VERSA MOD. 2021</b>	
VERSA SENSE TM	\$ <b>265,900</b>
VERSA SENSE CVT	\$ <b>284,901</b>
	<b>PRECIO DE LISTA</b>
<b>NV350 URVAN MOD. 2021</b>	
NV350 URVAN 12 PAS A/A PAQ SEG T/M	\$ <b>570,901.00</b>
NV350 URVAN 15 PASAJEROS AMPLIA A/A PAQ SEG T/M	\$ <b>640,900.00</b>
	<b>PRECIO DE LISTA</b>
<b>X-TRAIL 5 PUERTAS 2021</b>	
X-TRAIL 5 PUERTAS SENSE 2 ROW	\$ <b>475,900</b>
X-TRAIL 5 PUERTAS SENSE 3 ROW	\$ <b>491,900</b>
	<b>PRECIO DE LISTA</b>
<b>KICKS MOD. 2021</b>	
KICKS ADVANCE 1.6 LTS TM	\$ <b>359,901</b>
KICKS ADVANCE 1.6 LTS CVT	\$ <b>389,900</b>
	<b>PRECIO DE LISTA</b>

	<b>PRECIO DE LISTA</b>
<b>ALTIMA MOD. 2021</b>	
ALTIMA SENSE 2.5L	\$ <b>580,100</b>
ALTIMA ADVANCE 2.5L	\$ <b>667,900</b>
ALTIMA SR 2.5L	\$ <b>692,700</b>
ALTIMA EXCLUSIVE TURBO 2.0L	\$ <b>740,700</b>
	<b>PRECIO DE LISTA</b>
<b>370z MOD. 2021</b>	
370Z TOURING T/M 21	\$ <b>854,800</b>
370Z TOURING T/A 21	\$ <b>881,800</b>
370Z NISMO T/M 21	\$ <b>961,102</b>
370Z NISMO T/A 21	\$ <b>988,100</b>

## **PLAZA:**

El marketing está compuesto por cuatro herramientas básicas, el producto, es decir el tangible que ofrece la empresa al mercado y comprende la calidad, diseño, funciones, marca y presentación; el precio, que debe ser congruente con el valor percibido de la oferta; la plaza o canal de distribución, diferentes actividades realizadas por la empresa para llevar sus productos a los clientes, en esta fase la empresa debe entender los distintos tipos de detallistas, mayoristas y empresas de distribución física, y cómo toman sus decisiones; y la promoción, es decir, las actividades realizadas por la empresa para comunicar y promover sus productos, esto conlleva capacitar, contratar y motivar a los vendedores además establecer programas de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y marketing directo y en línea.

Los canales de distribución se enmarcan dentro de las características del consumidor final que indica la conveniencia del fabricante para dirigirse a ellos directamente o no; las características del producto mercado que demarcan los canales de distribución, es decir si se utilizan canales directos o un mayor número de canales de distribución; y la cobertura de mercado que informa acerca de la estructura de los canales a adoptar el número de intermediarios que se utilizarán en los distintos niveles y las diferentes áreas geográficas a cubrir. Estos canales deben cumplir las funciones de transporte, fraccionamiento en lotes adecuados a las necesidades de los clientes, almacenamiento, conexión para facilitar el acceso del producto a los consumidores, información sobre necesidades del mercado y de la competencia. De la consideración de los factores mencionados debe surgir la decisión respecto del sistema de distribución más adecuado.



**PROMOCIÓN:**

**ADQUIERE PLAN SELECTIVIT**

**NP 300**

**TE OBSEQUIAMOS 2 AÑOS  
DE MANTENIMIENTO  
GRATIS**



ADQUIERE UN FLOTILLA  
DE CAMIONES PRO SHOP  
Y TE LLENAMOS EL TANQUE  
DE LAS UNIDADES



ESTRENA HOY, EL EMPLACAMIENTO CORRE  
POR NUESTRA CUENTA.



## **CONCLUSIÓN:**

En conclusión, bajo mi punto de vista, la compañía nissan está muy bien estructurada, no fundamentos y protocolos muy bien estandarizados, que año con año, se ha ganado el puesto de una de los primeros distribuidores auto motrices; y bien así sin dejar atrás, una campaña y un equipo de marketing, que se ponen a la altura de la misma empresa.

Tomando en cuenta la estrategia, que tiene esta compañía, así como en forma personal, ser parte de dicha compañía, doy un punto bueno, del buen estructuramiento de sus 4 p's.

## BIBLIOGRAFÍA

CAICEDO, J. A. (JUNIO de 2011). *ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA EL PLAN DE MERCADEO*. Obtenido de ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA EL PLAN DE MERCADEO:  
<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/7171/T05179.pdf;jsessionid=4F3687C60DD960F049D0309558AFA4D6?sequence=1>

CHIAPAS EUROMOTRIZ, SAPI DE C.V. (2021). *LISTA DE PRECIOS DEL MES DE FEBRERO*. OCOSINGO, CHIAPAS .

Fidalgo, R. (07 de NOVIEMBRE de 2016). *AUTOCACION*. Obtenido de AUTOCACION:  
<https://www.autocasion.com/actualidad/reportajes/significa-logo-nissan#:~:text=En%20efecto%2C%20el%20emblema%20de,%2C%20significa%20%2%ABi ndustria%20japonesa%2%BB>.

*NISSAN MOTOR CORPORATION*. (14 de NOVIEMBRE de 2017). Obtenido de NISSAN MOTOR CORPORATION: <https://mexico.nissannews.com/es-MX/releases/release-20a2cb6e9a9344cfaf8b65da25e89973-nissan-intelligent-mobility-impulsa-al-mundo-hacia-una-nueva-era-de-veh-culos>

OTERO, A. (20 de MARZO de 2020). *MOTORPACION*. Obtenido de MOTORPACION:  
<https://www.motorpacion.com/nissan/este-podria-ser-nuevo-logo-nissan-minimalista-bidimensional-como-estrenados-volkswagen-bmw>