



**Nombre de alumno: Eduardo de Jesús López López**

**Nombre del profesor: Daniela Guillen Méndez**

**Nombre del trabajo: Conceptos de mercadotecnia**

**Materia: Mercadotecnia**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**Grado: 8vo cuatrimestre**

**Grupo: "A"**

Comitán de Domínguez Chiapas a 12 de febrero de 2021.

# Conceptos de mercadotecnia

## El consumidor

Es aquel que

Que utiliza las mercancías o artículos que compra ya sean bienes o servicios producidos.

Engloba

## Comportamiento del consumidor

Proceso de compra en el que los consumidores finales adquieren un producto o servicio.

## Comportamiento de los consumidores

Se refiere a la actividad interna o externa del individuo o grupo de individuos dirigida para satisfacer sus necesidades mediante bienes o servicios.

- Nombre
- Logotipo
- Símbolo
- Color
- Tipografía
- Eslogan
- C. institucional
- Escenario
- Objetivo

## Está construida por nueve pilares

## Concepto de marca

Es

Todo nombre que se le puede dar a un producto, esta puede ser una palabra, un número, signo o las iniciales.

## Brindan beneficios

- Diferencia con la competencia
- Permite las extensiones
- Fidelidad hacia un símbolo

## Las marcas son exactamente como las personas

- Personalidad
- Comunicativos
- Tienen un desarrollo
- Son la cara hacia el cliente

## La marca es importante porque

Mantiene una imagen, símbolo de calidad, con personalidad y algo inanimado hasta el apego emocional.

## Producto

Se define como

Cualquier cosa que se pueda ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo.

## Componentes de un producto

- Calidad del producto
- Características del producto
- Estilo y diseño del producto

## Los componentes de un producto pueden ser clasificados

- Producto intrínseco
- Condicionamiento
- marca
- Funcionamiento

## Atributos

- Calidad
- Características
- Estilo & diseño

# Conceptos de mercadotecnia

## Promoción

Es fundamentalmente

COMUNICACION

Es

Transmisión de información del vendedor al comprador.

Tiene como objeto

Comunicar la existencia del producto, dar a conocer sus características, ventajas y necesidades que satisface.

Tiene tres fines:

- Informar
- Persuadir
- Recordar

## Instrumentos

- Venta personal
- Mercadotecnia directa
- Publicidad
- Relaciones públicas
- Promoción de ventas

## Distribucion

El punto de partida de la distribución es el productor.

Los "intermediarios" entre el productor y el consumidor

Tienen funciones

Reducción del no. De transacciones

Adecuación de la oferta a la demanda

Creación de surtido

Movimiento físico del producto a su destino

Realización de actividades de mercadotecnia

Transmisión de la propiedad, posesión o

Financiamiento

Servicios adicionales

## Precio

Los costos totales son la suma de los costos fijos y variables para cualquier determinado precio.

## Costos del producto

Es

La asignación de precios de un producto también debe considerar su costo.

## Diversas clases de costo

Costo fijo total

Costo fijo promedio

Costo variable

Costo variable promedio

Costo total

Costo total promedio

Costo marginal

Los elementos componentes del precio

El costo total + ganancia deseada