



**Nombre de alumno: Paola Jasmin
Martinez Morales**

**Nombre del profesor: Icel Bernardo Lepe
Arriaga**

Nombre del trabajo: Mapa Conceptual

Materia: Mercadotecnia

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 5°

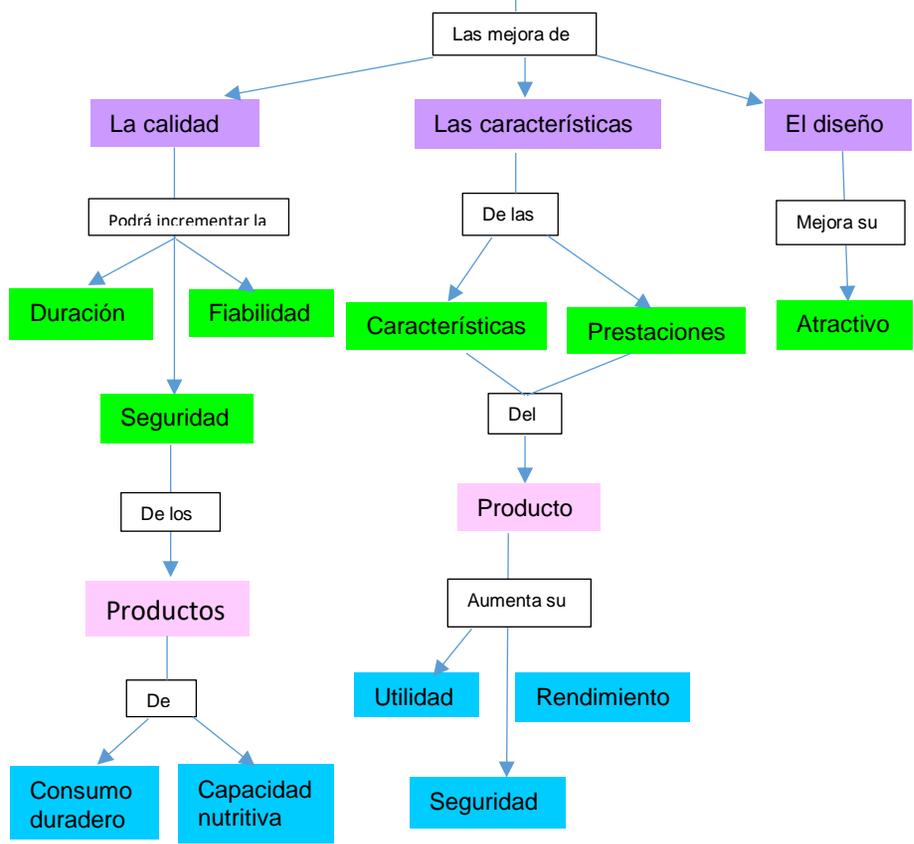
Grupo: c

Frontera Comalapa, Chiapas a 13 de Febrero de 2021.

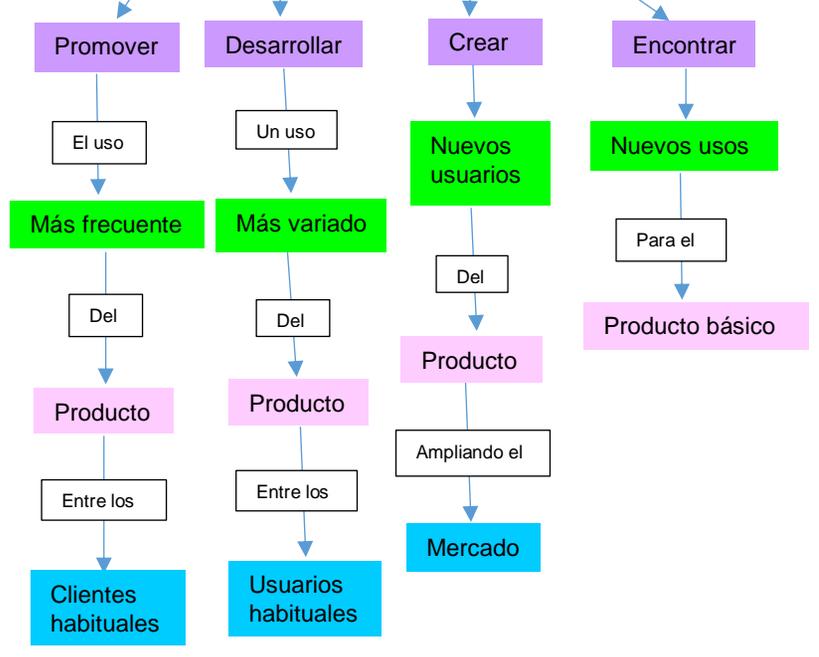
Unidad IV Estrategias de mercadotecnia

4.1. Estrategias de producto

a) Estrategias centradas en el producto



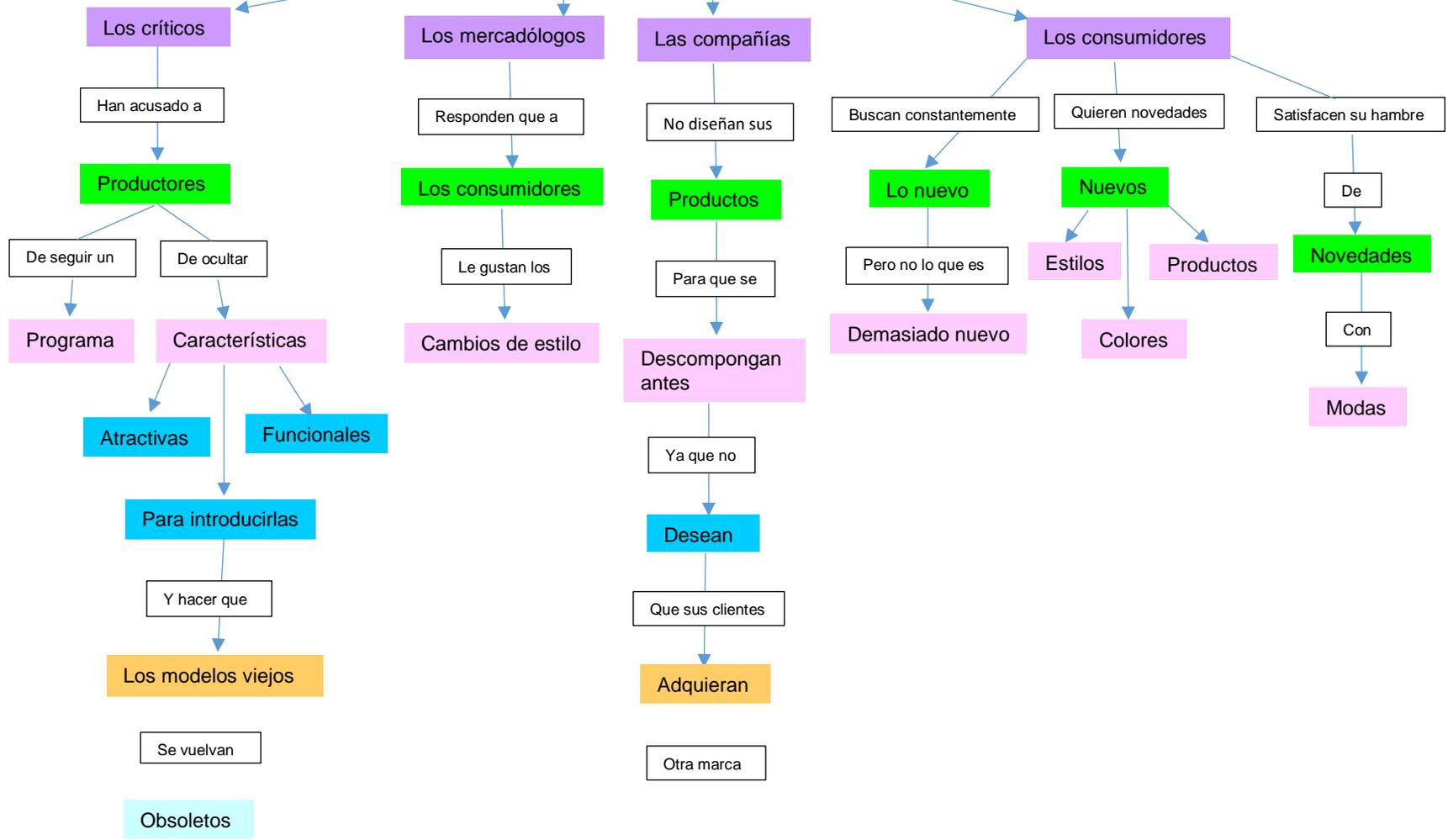
b) Estrategias centradas en el mercado



Unidad IV Estrategias de mercadotecnia

4.1. Estrategias de producto

Obsolescencia planeada



Unidad IV Estrategias de mercadotecnia

4.1. Estrategias de producto

Obsolescencia planeada

Se refiere a

Obsolescencia tecnológica

Resultado

Producto eficaz

Obsolescencia de estilo

Tiene

La intención

De hacer que

La gente

Se sienta fuera de

La actualidad

Es un término

Empleado

Para describir

La practica

De modificar

Productos

Es una

Estrategia

Por algunas

Compañías

Para satisfacer la

Necesidad de cambio

Que los

Consumidores presentan

4.2. Estrategias de precios

Las compañías

Determinan

Los precios

Seleccionando un

Enfoque general

A la

Determinación de precios

Enfoques

Basados en el

Costo

Determina el

Precio-costos
excedente

Comprador

Determina el

Precio

Orientado a

Las utilidades

Competencia

Determina el

Precio

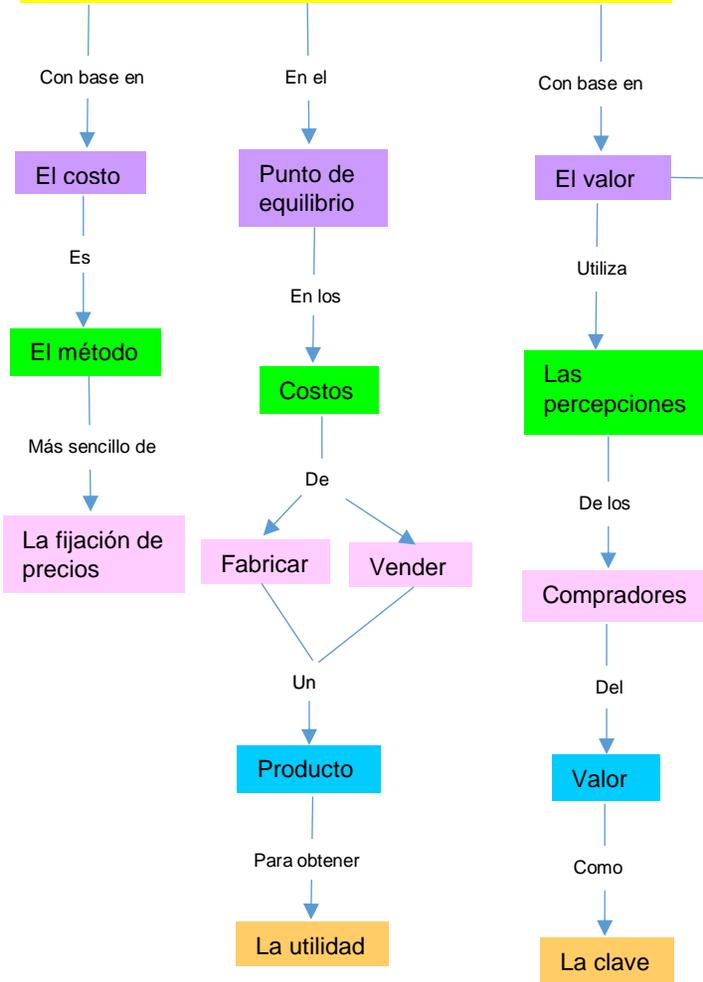
De

Índices actuales

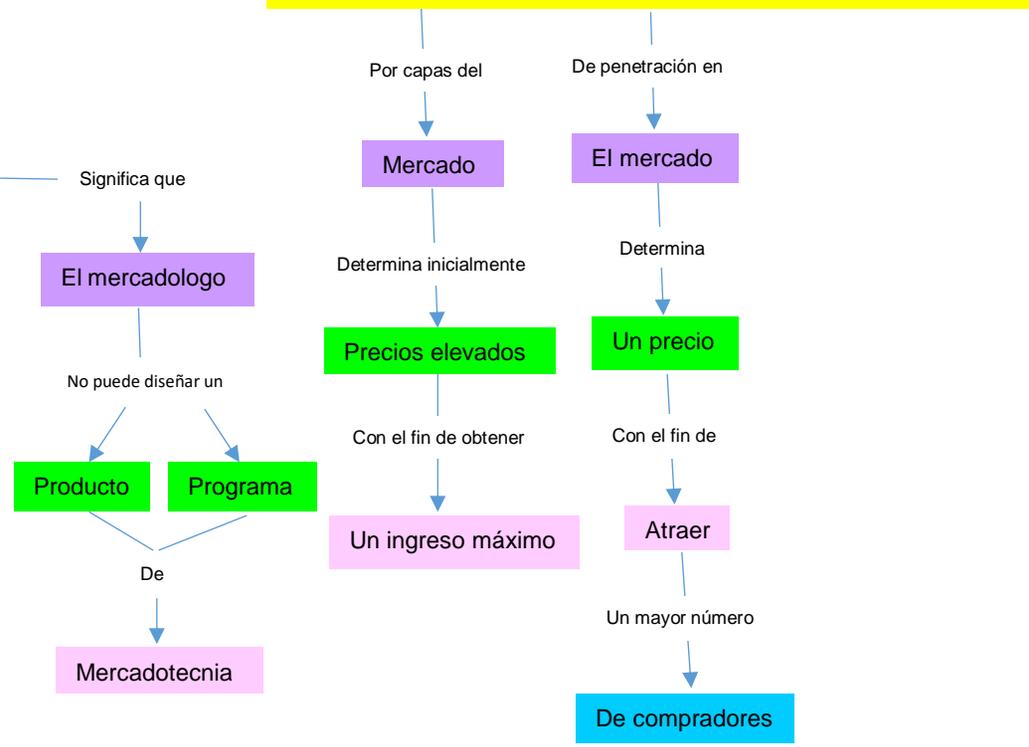
Unidad IV Estrategias de mercadotecnia

4.2. Estrategias de precios

Enfoques generales a la determinación de precios

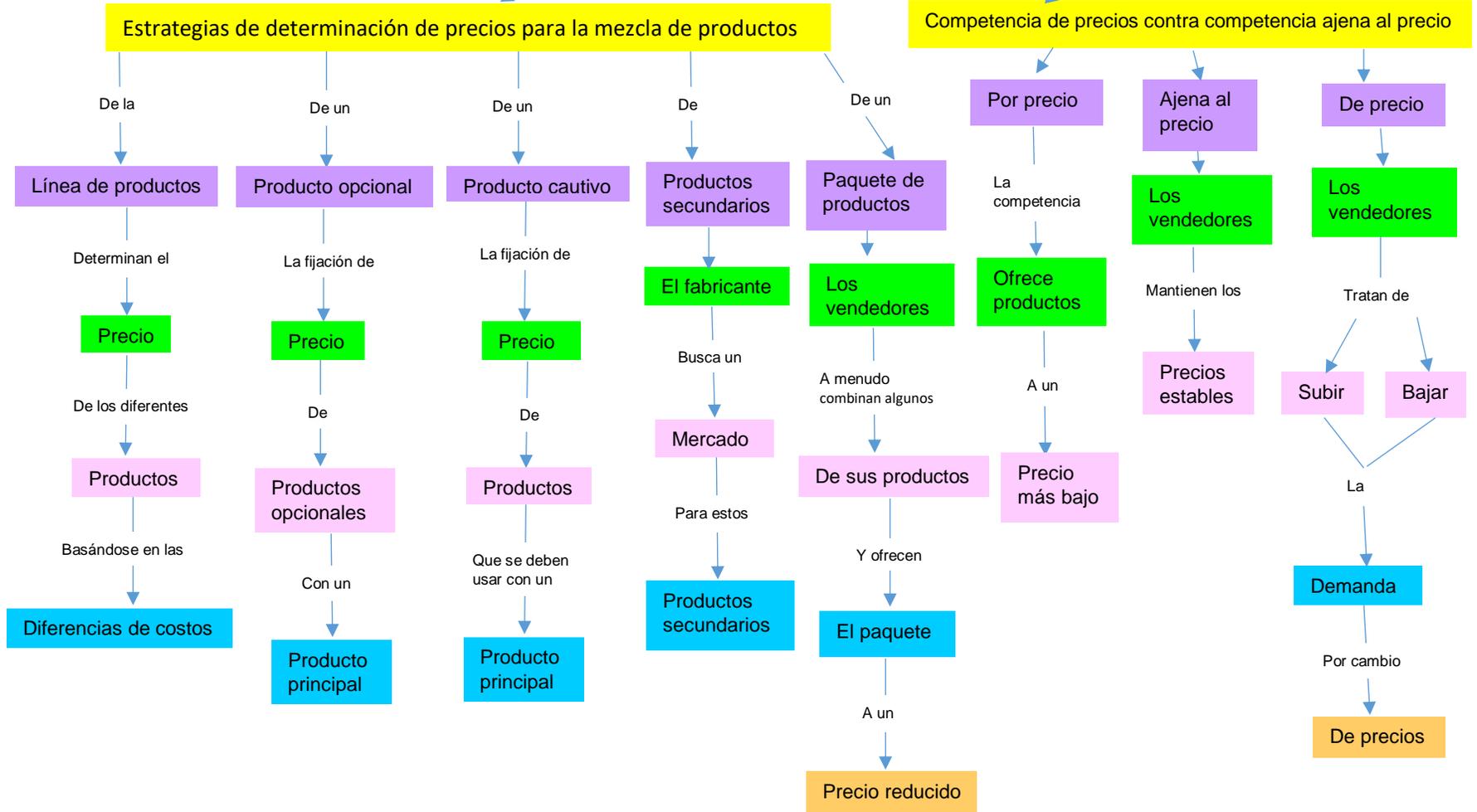


Estrategias de determinación de precios del nuevo producto



Unidad IV Estrategias de mercadotecnia

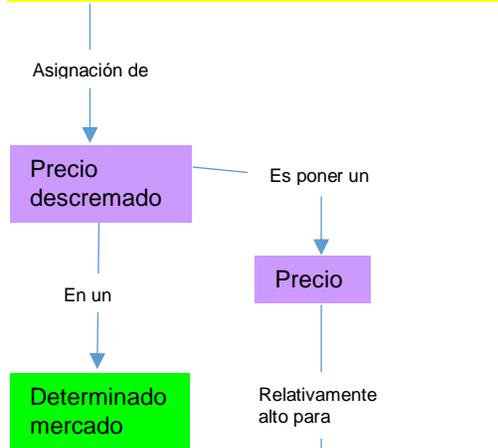
4.2. Estrategias de precios



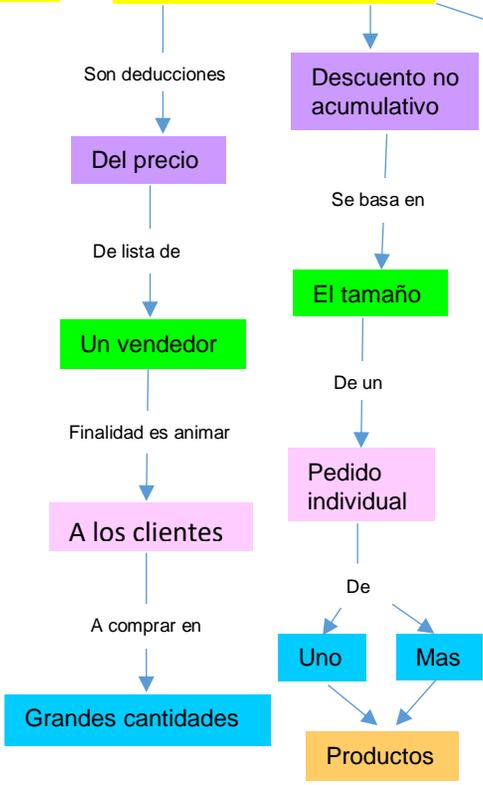
Unidad IV Estrategias de mercadotecnia

4.2. Estrategias de precios

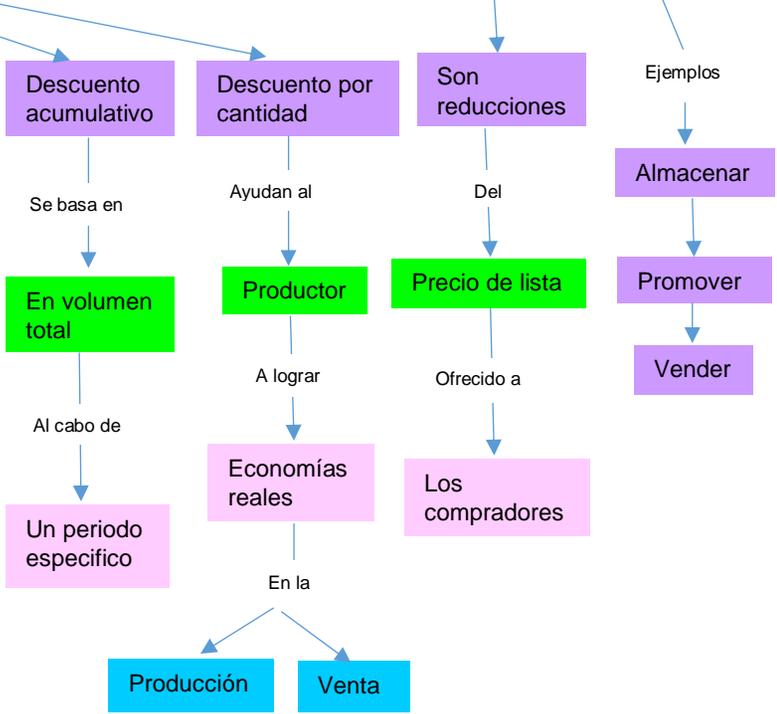
Estrategias de entrada en el mercado



Descuentos por volumen



Descuentos comerciales



Unidad IV Estrategias de mercadotecnia

4.2. Estrategias de precios

