



**Nombre de alumno: RAMOS DIAZ ITZEL BERENICE**

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

**Nombre del trabajo: mapa conceptual “estrategias de mercadotecnia”**

**Materia: mercadotecnia**

**Grado: quinto cuatrimestre**

**Grupo: c**

Frontera Comalapa chipas a 11/02/2021

# Estrategias de mercadotecnia

## Estrategias de producto

Estrategias centradas en el producto

Modificaciones afectan

La mejor de la calidad incrementa

Prestaciones del producto aumenta.

Utilidad  
Rendimiento

Estrategias centradas en el mercado

Uso más frecuente de los productos

Desarrollo de un uso más variado

Crear nuevos usuarios del producto

Obsolescencia planeada

Tecnológica

Se considera en

Obsolescencia planeada

Productos sujetos

Ropa

Muebles

Automóviles

## Estrategia de precio

Enfoques generales a la determinación de precios

Con base en el costo

Margen estándar

Costos existentes

Determinación de precios

Con base en el valor

Utiliza  
Precio

Estrategias de determinación de precios para la mezcla de productos

Producto opcional  
Productos secundarios  
Fijación que se vende  
Asignan precio bajo  
Permite reducir el precio  
Diferencias de costo  
De producto principal  
Determinan márgenes elevados

Estrategias de determinación de precios para la mezcla de

Línea de productos  
Producto opcional  
Producto cautivo  
Productos secundarios