



**Nombre de alumno: Gilary Garduño Alvarez**

**Nombre del profesor: Aldo Irecta**

**Nombre del trabajo: Mapa Conceptual**

**Materia: Mercadotecnia**

**Grado: 5to cuatrimestre**

**Grupo: A**

# Proceso de la mercadotecnia

## El costo fijo total

es la suma de todos los costos fijos.

## El costo fijo promedio

es el costo fijo total dividido entre el número de unidades producidas. Un costo variable, como el de la mano de obra o los materiales, se relaciona directamente con la producción. Los costos variables se pueden controlar en el corto plazo sencillamente cambiando el nivel de producción.

## El costo variable total

es la suma de todos los costos variables. Cuantas más unidades se produzcan, más alto es este costo.

## El costo variable promedio

es el costo variable total dividido entre el número de unidades producidas. El costo variable promedio suele ser alto en las primeras cantidades menores de unidades producidas, y disminuye conforme crece la producción, por causas como los descuentos por cantidad en los materiales y el empleo más eficiente de la mano de obra.

## El costo total

es la suma del costo fijo total y del costo variable total pro una cantidad específica producida.

## El costo total promedio

es el costo total dividido entre el número de unidades producidas.

## El costo marginal

es el costo de producir y vender una unidad más. Por lo común, el costo marginal de la última unidad es lo mismo que el costo variable de esa unidad.

## Los elementos componentes del precio.

La mayoría de las compañías establecen sus precios basándose en:

El costo total más una ganancia deseada.

El análisis marginal, una consideración tanto de la demanda como de la oferta del mercado.

Las condiciones competitivas del mercado. Stanton, William J., Etzel, Michael J., Walker, Bruce J. (2007). Sin ninguna duda, los costos son las variables que las empresas toman más en consideración para la fijación del precio.