UDS
UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Crea tu mejor historia
EMPRENDAMOS JUNTOS

DESARROLLO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Aspectos Fundamentales del Marketing.

JOSUE FERNANDEZ ALEGRIA

PRESENTA EL ALUMNO:

JOSÉ ALBERTO HERRERA VAZQUEZ

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

9no Cuatrimestre "D" LAE Semiescolarisado

Frontera Comalapa, Chiapas

23/Mayo/2021

- **Aspectos Fundamentales del Marketing.**
  - **Producto**
    - Es todo bien o servicio que una empresa produce con el propósito de comercializarlo y satisfacer una necesidad del consumidor.
      - **Bienes y servicios**
        - son los productos que cuando un consumidor los compara adquiere propiedad del bien. un servicio, sólo se satisface la necesidad, pero no se vuelve propietario del producto.
      - **Producto tangible e intangible**
        - tangible es un bien que tiene existencia física o material, y un producto intangible es algo que no podemos ver ni tocar, pero satisface las necedidades de cliente
      - **Producto de consumo y de uso semiacabados**
        - Es aquel que luego de cubrir una necesidad desaparecen completamente o pierde sus características productos de uso son aquellos que resuelven una necesidad, pero siguen manteniendo sus características ideales.
      - **Materias primas**
        - Las materias son productos que no pueden consumirse en su estado original, sino deben ser transformados por el usuario
      - **Productos domésticos e industriales**
        - Al hablar de productos de uso doméstico o industrial nos referimos a un mismo producto, la única diferencia es quién lo use.
      - **Productos de convicción, comparación y de conveniencia**
        - un producto de convicción es un producto de alto precio donde las personas están convencidas de la calidad y los beneficios que adquiere
  - **Precio**
    - Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.
      - **Costos**
        - Gastos que has tenido hasta el momento que el producto llegue al consumidor.
      - **Consumidores**
        - La percepción de los precios en los consumidores se basa en lo que ellos consideran que es el precio real y no el precio declarado por quien vende el producto o servicio.
      - **Competencia**
        - En el momento de fijar precios, es importante identificar los precios que están siendo trabajados por la competencia.
      - **Macroeconomía**
        - Para quien está en el mercado, es muy importante acompañar las variables macroeconómicas como inflación y deflación.
      - **Ciclo de vida**
        - La fijación de precios debe contemplar el ciclo de vida del producto. Por eso, el precio de lanzamiento de un producto nunca será el mismo que cuando el producto esté en la etapa de crecimiento y madurez.
  - **Publicidad**
    - La publicidad es un tipo de comunicación audio y/o visual del marketing que emplea mensajes patrocinados e impersonales para promocionar o vender un producto marca o servicio.
      - **Tipos de publoicidad**
        - Publicidad online.
        - Publicidad impresa.
        - La boca a boca.
        - Publicidad en el medio radiofónico.
        - Publicidad en televisión.
        - Vallas publicitarias.
        - Telemarketing.
  - **Canales de distribución**
    - Son los recursos por los que se producen los desplazamientos de los productos hasta llegar al consumidor final.
      - **Canal directo**
        - Se trata de una unidad de trabajo que pertenece a la misma empresa productora y son ellos quienes directamente se encargan de hacer llegar la mercancía a sus clientes.
      - **Canal indirecto**
        - Son terceras empresas que se encargan de prestar este servicio.