Nombre de alumno: Yosuany Santizo Ramírez

Nombre del profesor: Josué Fernández

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico

Materia: Desarrollo de pequeñas y medianas empresas

Grado: 9 cuatrimestre

Grupo: ´´D´´

Frontera Comalapa, Chiapas a 23 de mayo de 2021.

aspectos Fundamentales del Marketing

Producto

un producto como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad.

Componentes del producto

1: Calidad del producto.

2: Características del producto.

3: Estilo y diseño del producto.

4: atractivos o aburridos.

Precio

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

Diversas clases de costos

- El costo fijo total es la suma de todos los costos fijos
- El costo fijo promedio es el costo fijo total divido entre el numero e unidades producidas.
- 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 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.

Publicidad

es una forma de comunicación que la mercadotecnia utiliza como instrumento de promoción. Puede definirse por un conjunto de características que, a su vez, la diferencian de los restantes instrumentos promocionales

Distinción de publicidad

1: su carácter impersonal, puesto que se dirige de forma indiscriminada a todo el mercado. 2: la transmisión de información se canaliza siempre a través de los medios de comunicación masiva. 3: se identifica el transmisor de la información. 5 las inserciones en los medios son pagadas por el anunciante. Y en quinto lugar, el anunciante controla el contenido y la forma de emitir el mensaje.

aspectos que caracterizan a la publicidad:

a) Es, ante todo, un instrumento de promoción, que trata de informar, persuadir y recordar. b) Es una forma específica de comunicación, que se caracteriza por ser unilateral, impersonal y masiva. c) El emisor está identificado y es el que controla el mensaje. d) La inserción del anuncio o la utilización de espacio en los medios de comunicación es pagada por el emisor del mensaje. e) Va dirigida a una audiencia meta.

Canales de distribución

está constituido por todo aquel conjunto de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a manos del consumidor o usuario.

El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor

Los factores que determinan la localización

a) Factores que afectan al costo: terrenos, edificios, salarios, transporte, etc. b) Factores que afectan a la demanda: proximidad del mercado, servicios, competidores