

Nombre de alumno: Arely Gerónimo Díaz

Nombre del profesor: Cp. Josué
Fernández

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico
del tema “Aspectos fundamentales del
marketing”

Materia: Desarrollo de pequeñas y
medianas empresas

Grado: 9No cuatrimestre

Grupo: Administración de empresas

Frontera Comalapa Chiapas, a 22 de
Mayo de 2021.

ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL MARKETING

➤ PRODUCTO

- Definición de producto
- Componentes del producto

Es 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. Los productos no solo son bienes tangibles.

- Calidad del producto
- Características
- Estilo y diseño del producto.

Es una de las principales herramientas de posicionamiento del mercado. La calidad tiene influencia directa en el desempeño del producto o servicio

Son una herramienta competitiva para diferenciar los productos de la empresa de los productos de los competidores.

Forma de añadir valor para el cliente es mediante un estilo y un diseño distintivos del producto

➤ PRECIO

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

- Clases de costo

- 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.
- El costo variable total es la suma de todos los costos variables.
- 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.
- El costo marginal es el costo de producir y vender una unidad más.

- Los elementos componentes del precio

- 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.

➤ PUBLICIDAD

- Definición de publicidad
- Los principales aspectos que caracterizan a la publicidad

Es una forma de comunicación que la mercadotecnia utiliza como instrumento de promoción.

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

➤ CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Este medio es el canal de ventas, sugiere un camino o ruta por el que circula el flujo de productos desde su creación en el origen hasta llegar a su consumo o uso en el destino final.

- El punto de partida del canal de distribución es el productor.
- El punto final o de destino es el consumidor.
- El conjunto de personas u organizaciones que están entre el productor