

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

ALUMNO: HORACIO JIMENEZ GUTIERREZ

MAESTRIA EN ADMINISTRACION

DOCENTE

GERARDO GARDUÑO ORTEGA

TEMA

EL PRODUCTO

ACTIVIDAD

MAPA CONCEPTUAL

FECHA DE ENTREGA

13 DE OCTUBRE DEL 2021

VILLAFLORES, CHIAPAS.

EL PRODUCTO

CONCEPTO

“Todo aquello que puede ofrecerse a la atención de un mercado
Para su adquisición, uso o consumo, y que además puede satisfacer un
Deseo o necesidad”.

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Se divide en cuatro etapas o fases:

Introducción

Crecimiento

Madurez

Declive

NIVELES DEL PRODUCTO

Producto Principal

Potencial del producto

Producto Genérico

Expectativa del producto

Producto aumentado

NIVELES EN LA COMBINACION DE PRODUCTOS

Producto Básico: Artículos de alto volumen en ventas
Y una fuerte promoción.

Primera Necesidad: Productos de bajo volumen de
Ventas y baja promoción.

Especialidades: Productos de bajo volumen en ventas
Que puede adquirir mucha promoción.

Productos de conveniencia: Artículos que se venden en un alto
Volumen, pero tienen poca promoción
Y generan un alto margen.

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO: COMBINACION, MARCAS Y MODIFICACION.

1. Penetración de mercado: Aumentar el uso por los
Clientes actuales.

2. Desarrollo de mercado: Abrir mercados geográficos
adicionales.

3. Desarrollo de producto: Modificar las características
o aspectos del producto.

4. Diversificación concéntrica: Complacerán y atraerán
A nuevas clases de clientes.

Diversificación Conglomerada: Busque agregar
Nuevos productos.

5. Integración: Crecer dentro del sector en el que se
Esta por una extensión lateral, hacia
Arriba, hacia debajo de la actividad
Base.