



Nombre del alumno:

Blanca Nabora Gomez Velasco

Nombre del profesor:

Gerardo Garduño Ortega

Nombre del trabajo:

Mapa conceptual

Materia:

Mercadotecnia

PASIÓN POR EDUCAR

Grado:

Quinto cuatrimestre

Grupo:

LCF26SDC0120-B

PRECIOS

Como variable de decision comercial que supone de de alguna forma la sintesis de la politica comercial de la empresa. Es la que determina la adquisicion o el rechazo del producto

El precio influye mucho en la demanda .Si la demanda es alta, se fijará un precio alto, y lo contrario

El precio se considera como un elemento regulador de la oferta y la demanda ,como una propiedad cualitativa del producto .

El precio es la relacion formal que indica la cantidad de dinero o bienes y servicios .

Objetivos del precio

Prioritarios

- Margen de beneficio
- Aumentar o estabilizar la cuota de mercado
- Maximizar el flujo de efectivo a corto plazo
- Rentabilizar las inversiones

Secundarios

- Maximizar el beneficio a corto plazo
- Evitar o afrontar a la competencia
- Estabilizar precios y margenes

Factores que influye en la fijacion del precio

Internos :son objetivos y estrategias mercadologicos.La mezcla de la mercadotecnia

Externos :la naturaleza del mercado y la demanda .Factores ambientales

Mezcla de la mercadotecnia : producto plaza ,promocion ,precio y servicio

La competencia :el precio de su producto y el de la competencia debe ser paridad

Productos complementarios : deben desarrollarse productos complementarios si la competencia los tiene

Descuentos :si el consumidor esta acostumbrado a elegir por descuento ,hay que otorgarlo.

Los precios oficiales:es una limitante y hay que considerarla

Por acuerdo:si la empresa esta asociada a una camara deben respetarse sus acuerdos