



Universidad del Sureste
Escuela de Medicina Humana

SEMESTRE:

7° A

MATERIA:

TALLER DEL EMPRENDEDOR

TRABAJO:

EL PRODUCTO CONCEPTO Y DESARROLLO

DOCENTE:

MTRA. GLADIS ADILENE HERNANDEZ LOPEZ

ALUMNO (A):

YANETH ORTIZ ALFARO

COMITAN DE DOMINGUEZ, CHIAPAS, 19 DE FEBRERO DEL 2022.

El Producto. Concepto y Desarrollo

a) Empresa y el consumidor → Dialogo permanente y sutil → Soporte del producto → Objetivo → Satisfacción del cliente

b) Publicidad → Misión { Traducir prácticamente en una forma verbal o gráfica todo el mensaje que el propio producto quiere transmitir al Mercado } → Acercamiento global {
 ✚ La habilidad y la experiencia del fabricante
 ✚ La posición de sus competidores
 ✚ La evolución de los métodos de producción
 ✚ Los descubrimientos de la ciencia
 ✚ La aplicación de productos de sustitución
 ✚ La política de los estados
 ✚ Los gustos, necesidades y deseos de los consumidores

c) El producto { Cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad } → Marketing { Crean un cóctel con todos esos elementos, tangibles e intangibles } → Característica del producto {
 1. Núcleo → Físicas, químicas y técnicas
 2. Calidad → Valoración de elementos
 3. Precio → Valor último de adquisición
 4. Envase → Elemento de protección
 5. Diseño, forma y tamaño → Identificación
 6. Marca, nombre y expresión → Identificación y recuerdo asociado
 7. Servicio → Conjunto de valores añadidos
 8. Imagen del producto → Opinión que se crea en la mente del consumidor
 9. Imagen de la empresa → Opinión en la memoria del mercado

**El Producto.
Concepto y
Desarrollo**

d) Tipos de producto

✚ Productos de consumo e industriales.

➡ Productos de consumo duradero y de consumo destructivo (no duradero)

La identificación del producto (diferenciación formal), se realiza mediante la marca y el modelo y, también mediante el envase

✚ Clasificación de los productos según su jerarquía (Kotler)

1. Grupo de necesidades ➡ Da origen a la idea del producto
2. Grupo de productos: ➡ Engloba a todos los productos
3. Clase de producto ➡ Productos que pertenecen a una misma familia
4. Línea de productos ➡ Productos que se encuentran en una misma clase y que están muy relacionados entre sí.
5. Tipos de productos ➡ Comparten, dentro de una línea, una o varias formas
6. Marcas ➡ Nombre asociado con el producto y que permite identificarlo
7. Producto ➡ Unidad distinguible dentro de la marca o la línea

e) Ciclo de vida del producto

Fijar estrategias, ya que en la práctica puede pronosticarse la vida y la muerte del producto, igual que la de un ser humano.

1. La fase de puesta a punto (O)
2. La fase de lanzamiento (I)
3. La fase de desarrollo (II)
4. La fase de madurez (III)
5. La fase de decadencia (IV)

La vida de los productos puede ser de duración muy variable.

- ✚ Tipos de productos
- ✚ Carácter de absoluta o relativa novedad
- ✚ Fenómenos de la moda
- ✚ Importancia de las inversiones técnicas o publicitarias
- ✚ Lugar que ocupan en el consumo
- ✚ Sostén eventual que los Estados le conceden.

**El Producto.
Concepto y
Desarrollo**

f) Gestión del producto

- 1. Temporalidad del producto
- 2. Características técnicas y las necesidades que va a

- Gestión de la cartera de productos
- Investigación, desarrollo e innovación en la creación de productos
- La calidad del Producto

g) La marca

Distintivo o señal que el fabricante pone a los productos de su industria, y cuyo uso le pertenece exclusivamente

La estrategia de marca debe consistir en la creación de esa personalidad de marca y, posteriormente, la proyección y comunicación de sus atributos.



Decisiones de marca

- Estrategia de marca
- Nota técnica sobre logotipos y marcas