



**NOMBRE DEL ALUMNO: BLANCA YESENIA ALVAREZ GARCIA**

**NOMBRE DEL PROFESOR: ANA LAURA CULEBRO**

**NOMBRE DEL TRABAJO: SUPER NOTA**

**MATERIA: MERCADOTENIA**

**CUATRIMESTRE: 5°**



**Mi Universidad**

**29 DE MARZO DEL 2023**

Bibliografía 1. Arteaga, Rosaura (2012). Fundamentos de Mercadotecnia. Apuntes digitales. Plan 2012. Facultad de Contaduría y Administración. División Sistema Universidad Abierta y Educación a Distancia. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Recuperado de: <http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2012/administracion/3/1346.pdf> 2. Fundamentos de Mercadotecnia. Unidad 1. Conceptos básicos de mercadotecnia. División de Ciencias Sociales y Administrativa. Universidad Abierta y a Distancia de México (UnADM).



**Mi Universidad**

# MEZCLA DE MERCADOTECNIA

## "LAS 4 P"



las 4 p: precio, plaza, promoción y promoción.

también se combinan necesariamente con otros factores, como son las finanzas y la producción, los cuales, en conjunto, forman estrategias en las que no deben existir contradicciones internas, a riesgo de perder efectividad.



Costo al cliente: es el precio total que tiene que pagar el comprador por el producto.

**PRODUCTO O SERVICIO:** SE TRATA DE UN BIEN TANGIBLE (PRODUCTO) O BIEN INTANGIBLE (SERVICIO) QUE COMERCIALIZA UNA EMPRESA.



**PRODUCTO CENTRAL. ES EL BENEFICIO O SERVICIO CENTRAL QUE SE OFRECE AL CONSUMIDOR**



**LA ETAPA INTRODUCTORIA DEL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO REPRESENTA EL LANZAMIENTO A TODA ESCALA DE UN NUEVO PRODUCTO EN EL MERCADO.**

