



**Nombre de la alumna: Brisaida Trigueros Ramírez.**

**Mtro: Gerardo Garduño Ortega.**

**SUPER NOTA UNIDAD III  
PROMOCION EN LAS INSTITUCIONES**

**PASIÓN POR EDUCAR**

Frontera Comalapa Chiapas, 10 de abril 2023



## Hospitalarias

### La mezcla promocional.

La publicidad, junto con la promoción integra la cuarta de la mezcla Mercadológica o marketing mix. Es la segunda fase de la mercadotecnia, tiene como Función enviar al consumidor un mensaje con un propósito determinado.

### Las ventas personales.

El proceso de decisión de compra de un producto o servicio, en general, está formado por una serie de fases o etapas secuenciales cuya importancia, intensidad y duración dependen del tipo de compra que se efectúe.



### La publicidad.

La publicidad es una forma de comunicación que la mercadotecnia utiliza como instrumento de promoción. La publicidad es toda transmisión de información impersonal y remunerada, Efectuada a través de un medio de comunicación.



### Mezcla ampliada.

Algunos autores, han asegurado que la mezcla de la mercadotecnia; es decir, las 4 P's pueden ser ampliadas en diferentes formas. Podemos encontrar al Producto, Precio, Plaza y promoción dividiéndolos como sigue: Producto, Precio, plaza física, plaza virtual, publicidad, propaganda y promoción.



### Los medios de promoción.

La publicidad de producto se centra en las características del mismo, los beneficios que proporciona y su posición competitiva. La publicidad de producto trata fundamentalmente de estimular la demanda específica o selectiva para una marca determinada, generalmente a costa de las demás que compiten con ella.

Para ir del productor al consumidor, el bien o servicio elaborado debe pasar a través de algún medio. Este medio es el **canal de ventas**. El término canal 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.

