



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.

