



**Mi Universidad**

**Super Nota**

*Nombre del Alumno: Dana Belén Rivera Escobar*

*Nombre del tema: Las 4 P's de la mercadotecnia*

*Parcial: III*

*Nombre de la Materia: Taller del emprendedor*

*Nombre del profesor: Lucero del Carmen García*

*Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategias de negocios*

*Cuatrimestre: 9no.*

*Lugar y Fecha de elaboración: Comitán de Domínguez a 5 de julio del 2023*

# LAS 4 P'S DE LA MERCADOTECNIA



Las "Cuatro P" de la mercadotecnia son un concepto clave en el campo del marketing y representan los elementos fundamentales que se deben considerar al desarrollar una estrategia de marketing

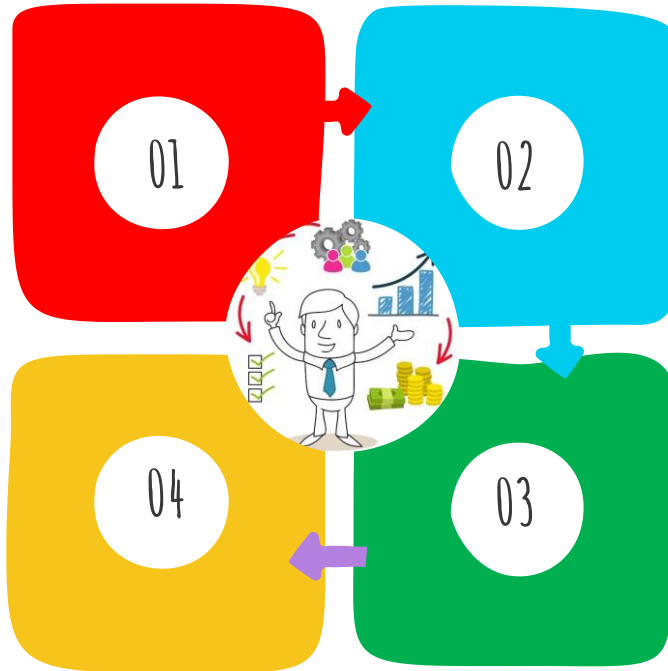
# ¿CÓMO FUNCIONAN LAS 4 P'S DE LA MERCADOTECNIA?

## PRODUCTO

Se refiere al bien tangible o servicio intangible que se ofrece al mercado para satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores. Esto incluye aspectos como el diseño, características, calidad, empaque y marca del producto.

## PROMOCIÓN

Se refiere a las actividades de comunicación y promoción utilizadas para dar a conocer el producto, persuadir a los clientes y generar demanda. Esto incluye la publicidad, las relaciones públicas, las ventas personales, la promoción de ventas y el marketing en línea

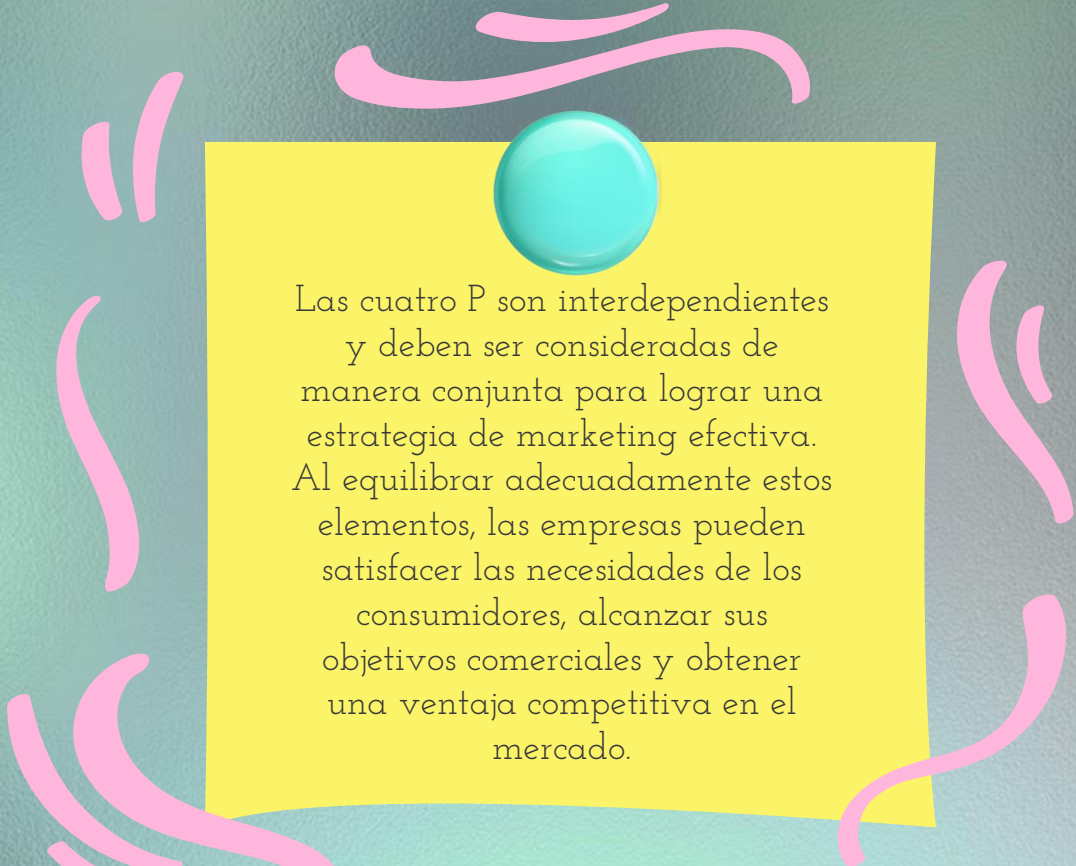


## PRECIO

Se refiere al valor monetario que se asigna al producto o servicio. El precio debe ser competitivo y tener en cuenta factores como los costos de producción, la demanda del mercado, los precios de la competencia y los objetivos de ganancia de la empresa.

## PLAZA

Se refiere a la distribución del producto, es decir, cómo se hace llegar al mercado y se pone a disposición de los consumidores. Esto implica decisiones sobre los canales de distribución, la ubicación de los puntos de venta, la logística y la gestión de inventarios.



Las cuatro P son interdependientes y deben ser consideradas de manera conjunta para lograr una estrategia de marketing efectiva. Al equilibrar adecuadamente estos elementos, las empresas pueden satisfacer las necesidades de los consumidores, alcanzar sus objetivos comerciales y obtener una ventaja competitiva en el mercado.