

Mapa Conceptual

Nombre del Alumno: Omar Alejandro Pérez Díaz

Nombre del tema: “La mezcla de mercadotecnia”

Parcial: Primer modulo

Nombre de la Materia: Mercadotecnia

Nombre del profesor: Lucero Del Carmen García Hernández

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategias de negocios

Cuatrimestre: 5° Cuatrimestre

La Mezcla de la mercadotecnia

Se divide en

3.1 Concepto de mezcla de mercadotecnia.

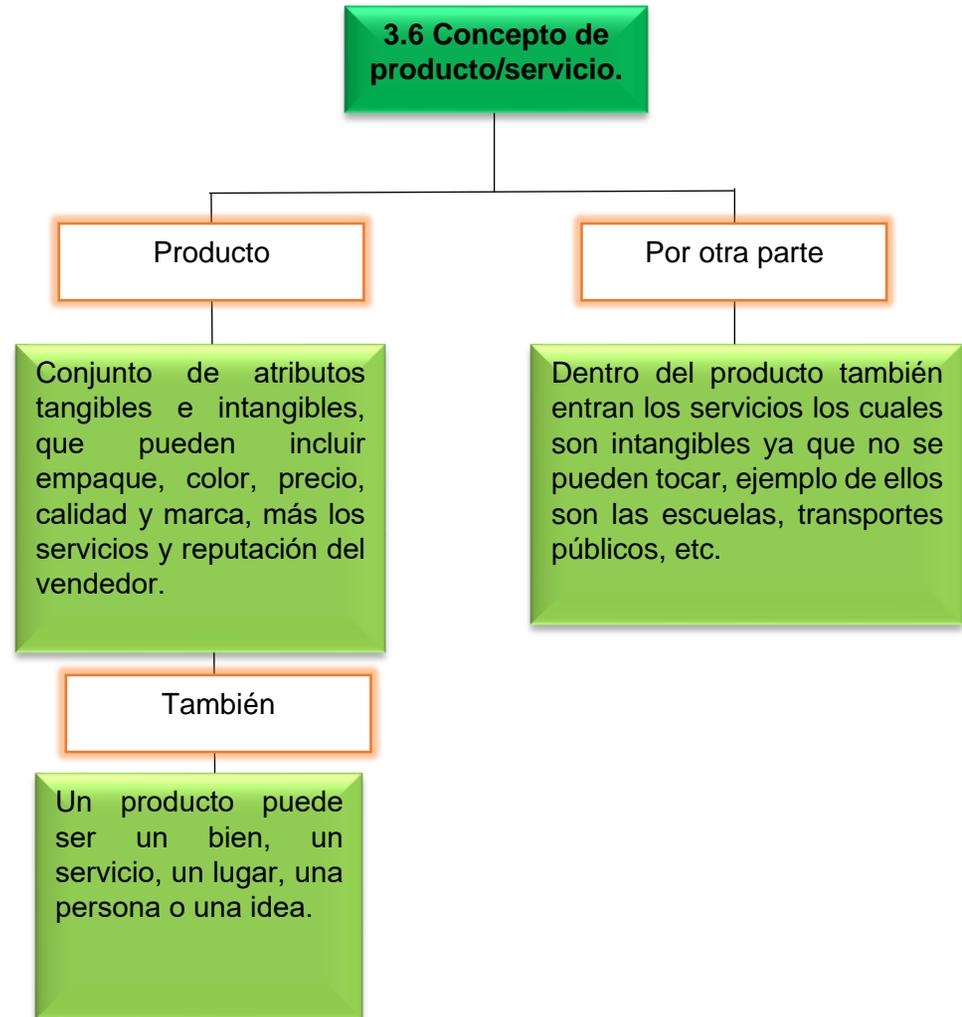
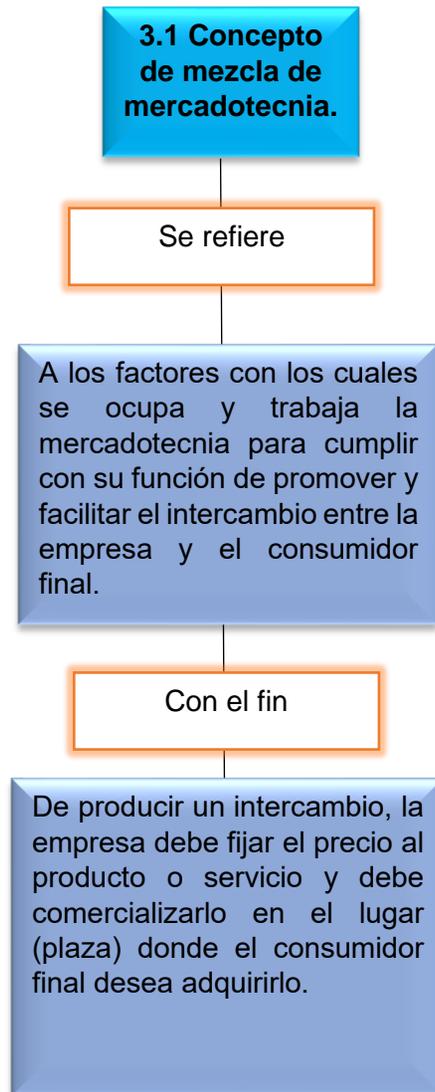
3.6 Concepto de producto/servicio.

3.10 Precio, conceptos y factores que lo intrigan.

3.12 Plaza

3.13 Promoción, concepto y mezcla promocional.

3.14 Publicidad, concepto, herramientas y estrategias.



3.10 Precio, conceptos y factores que lo intrigan.

El precio

Es cuando se otorga un valor a los productos y/o servicios elaborados por una empresa y que son puestos a disposición de los compradores dentro de un mercado.

Así mismo

El precio forma parte de las 4 P's o mezcla de mercadotecnia.

Su importancia

Radica en que además de ser una decisión de tipo económico y matemático, en el precio se toma en cuenta el impacto psicológico en el público y en las reacciones de la competencia.

Las empresas tienen

Objetivos como lograr utilidades, participación en el mercado, recuperación de inversiones, implantarán determinadas estrategias para su Logró.

3.12 Plaza

Se conforma

En las áreas de mercadotecnia la cual se define como una herramienta.

la plaza o distribución como la actividad que consiste en la transferencia de los bienes del productor al consumidor, comprende el almacenamiento, transporte y posicionamiento del producto en el punto de venta idóneo.

**3.13
Promoción,
concepto y
mezcla
promocional.**

La promoción

Se refiere a “todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo”.

Por otra parte

La mezcla promocional es el conjunto de actividades o procesos destinados a dar a conocer el “producto” y a estimular al comprador potencial (distribuidores, clientes industriales, consumidores) para la adquisición de bienes, servicios, ideas, valores y estilos de vida.

Por lo tanto

Las herramientas de la mezcla promocional son la promoción de ventas, publicidad, relaciones públicas y las ventas personales.

**3.14
Publicidad,
concepto,
herramientas y
estrategias.**

La publicidad

Es una estrategia en la cual se da a conocer un negocio o producto para que los consumidores lo adquieran.

Y también

Las herramientas que usa la publicidad son los medios de comunicación, que son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva sobre el producto/servicio, la empresa o una idea.

Las estrategias

-Estrategias de mente y corazón
-Estrategias de venta pacífica y agresiva

Referencias

Hernandez, L. D. (Enero-Abril 2024). *Mercadotecnia*. C6mitan, Chiapas: UDS Mi Universidad.