



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Tema:

La mezcla de mercadotecnia

Nombre de la alumna:

Gomez Salazar Bresly Lizbeth

Maestra:

Lucero Del Carmen García

Licenciatura en:

Contaduría Pública y Finanzas

Cuatrimestre:

Quinto

Modulo:

Primero

Fecha:

13 De Febrero Del 2024

La mezcla de Mercadotecnia

SU EVOLUCIÓN

Hace referencia a los factores con los cuales se ocupa y trabaja la mercadotecnia para cumplir con su función de promover y facilitar el intercambio entre la empresa y el consumidor final.

Las 4p Producto-Precio-Plaza-Promoción

Establece que el punto de partida es el producto o servicio que la empresa ofrece a los consumidores para satisfacer sus necesidades y deseos

PRODUCTO/SERVICIO

Un producto como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad.

Los servicios son una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen venta, y que son esencialmente intangibles y no tienen como resultado la propiedad de algo

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

Las estrategias y las políticas de precios toman en consideración los objetivos, el tipo de mercado, la percepción del consumidor, posicionamiento, características del mercado, fuerza de la demanda

PLAZA

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.

Los canales de distribución se definen como el conjunto de individuos o empresas que adquieren un bien o servicio y participan en su transferencia y/o desplazamiento, desde el productor hasta el usuario o consumidor final

PROMOCIÓN

Todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo"

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

PUBLICIDAD

La forma en que la publicidad presentará el producto a los consumidores depende, en una buena medida, del grado de aceptación que haya ganado el producto ante los consumidores

Estrategias de mente y corazón: el pensamiento (cognitivo) y el sentimiento (afectivo) impulsan a hacer algo (acción).
Estrategias de venta pacífica y agresiva: estos enfoques de venta se relacionan con las estrategias de mente y corazón.

Bibliografía

- Antología uds