



**NOMBRE DE ALUMNO: MIRIAM DEL C. CRISTÓBAL SALOME**

**NOMBRE DEL PROFESOR: LUCERO DEL C. GARCÍA**

**NOMBRE DEL TRABAJO: MAPA CONCEPTUAL**

**MATERIA: MERCADOTECNIA**

**GRADO: 5º**

**GRUPO: DOMINGO**

PASIÓN POR EDUCAR

**\* LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA**

**\* 3.1. CONCEPTO DE MEZCLA DE MERCADOTECNIA.**

La mezcla tradicional de las 4 P establece que el punto de partida es el producto o servicio que la empresa ofrece a los consumidores para satisfacer sus necesidades y deseos.

**\* DE MODO QUE**

El término mezcla de mercadotecnia significa que los 4 elementos actúan de forma conjunta, interrelacionada y consistente, donde la variación de un elemento afecta la combinación total y, para mantener su coherencia y efectividad se requiere de ajustes mutuos.

**ES IMPORTANTE \*DESTACAR QUE**

Diversos autores y con el paso de los años se logro obtener las 4 "p" de la mezcla del marketing que son: producto, precio, promoción y plaza

**\* 3.6. CONCEPTO DE PRODUCTO/SERVICIO**

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.

**\* POR UNA PARTE**

El producto es un conjunto de atributos creados por una empresa u organización con la finalidad de cubrir las necesidades de los consumidores y de esta forma crear demanda.

**\* POR OTRO LADO**

Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta o se suministran con respecto a la venta de bienes, que son básicamente intangibles y no tienen como resultado la posesión de algo.

**\* 3.10. PRECIO. CONCEPTOS Y FACTORES QUE LO INTEGRAN**

Valor otorgado a los productos y/o servicios elaborados por una empresa y que son puestos a disposición de los compradores dentro de un mercado.

**\*CABE SEÑALAR QUE**

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.

**\* DE HECHO**

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

**\* LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA**

**\* 3.12. PLAZA**

Actividad que consiste en la transferencia de los bienes del producto al consumidor, comprende el almacenamiento, transporte y posicionamiento del producto en el punto de venta idóneo.

**\* ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE**

La logística es un elemento básico en la mercadotecnia, y sus tipos de distribución son: intensiva, selectiva, exclusiva y física

**\*POR LO QUE**

Sus canales de distribución son: el canal de productos de consumo, productos industriales y cadena de suministro.

**3.13. PROMOCIÓN. CONCEPTO Y MEZCLA PROMOCIONAL**

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

**\* POR OTRO LADO**

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, ETC.

**\*NO OBSTANTE**

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**

Kotler y Armstrong (2012, p.436)  
Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios de un patrocinador identificado.

**\* DE ESTE MODO**

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.

**\*EN RESUMEN**

Las estrategias que dispone la publicidad son:  
Estrategias de mente y corazón y Estrategias de venta pacífica y agresiva