



**Andrea Altuzar Villatoro**

**Grado y grupo: 8 A**

**Número de lista: 1**

**Actividad: Cuadro sinóptico**

**Fecha: 7 de febrero del 2024**

# Conceptos de mercadotecnia

## CONSUMIDOR

### CONCEPTO

Es toda persona física que actúe, de forma ajena a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión.

### TIPOS

Consumidor impulsivo

→ Se deja llevar por ofertas, publicidad llamativa, opciones de pago, etc.

Consumidor emocional

→ Compra por la influencia de sus emociones, buscan llenar un vacío o distraer su mente.

Consumidor tradicional

→ Solo hace compras necesarias, difícil de persuadir, optan por opciones seguras.

## MARCA

### CONCEPTO

Identifica al producto o servicio que se ofrece en el mercado y permite que los consumidores lo reconozcan.

### COMPONENTES

Siglas

→ Nombre completo o abreviación de la marca

Descriptivo

→ Destaca alguna función del producto

Rimas

→ Hace que el nombre sea fácil de recordar

Sugestivo

→ Evocan alguna imagen o sensación

## PRODUCTO

### CONCEPTO

Es aquello que se fabrica y se destina al mercado para satisfacer una demanda.

### TIPOS

Bienes de consumo

→ Son productos que normalmente son de uso diario, como los alimentos, productos de higiene, ropa, calzado, etc.

Bienes durables

→ Son pensados para que su tiempo de vida sea largo y son hechos para diferentes áreas.

De especialidad

→ Pensados para cumplir con actividades o procesos específicos, como los productos médicos.

## PROMOCIÓN

### CONCEPTO

Es una herramienta del marketing que busca interferir en el comportamiento y las actitudes de las personas a favor del producto o servicio ofrecido por una empresa.

### OBJETIVOS

Fomentar las ventas en productos existentes

Ayudar en la etapa de lanzamiento de los productos

Incrementar el número y el tamaño de los pedidos

Atraer nuevos mercados

# Conceptos de mercadotecnia

## PRECIO

### CONCEPTO

Representa un valor financiero que se coloca en un producto o servicio para que las personas lo puedan comprar.

### MÉTODOS PARA DETERMINAR EL COSTO

Método de costos

→ consiste en identificar y sumar los costos asociados al producto o servicio, y al resultado agregarle el margen de ganancia que se quiere obtener.

Método de promedio de mercado.

→ consiste en encontrar el precio promedio que existe para el tipo de producto en el mercado.

## DISTRIBUCIÓN

### CONCEPTO

Con distribución estamos haciendo referencia al conjunto de actividades que se realizan desde que un producto es elaborado, hasta que es comprado por el cliente final.

### TIPOS

Canal físico

→ Aquel que se sirve de vendedores o establecimientos mediante los que establece un contacto directo, y físico, con el cliente.

Canal digital

→ Las tiendas online, el uso de internet para llegar a los clientes, envíos a nivel internacional, etc.

## Bibliografía

Universidad del Sureste, Uds. Antología de mercadotecnia nutricional, unidad 2. Recuperado el 7 de febrero del 2024.