

NOMBRE DEL PROFESOR: VALERIA JAQUELIN ESPINOSA LOPEZ.

NOMBRE DE LA MATERIA: MERCADOTECNIA

NOMBRE DE LA LICENCIATURA: CONTADURIA PUBLICA Y FINANZAS.

CUATRIMESTRE: QUINTO

NOMBRE DEL ALUMNO : TALINA ARGUE MORALES.

UNIDAD : 3

LUN / 12 / 02 / 2024



LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA

COMO FUNCIONA LA FRANQUICIA

El inversionista o franquiciado y el dueño de la marca o franquiciador . Son también conocidos franquiciario y franquiciente, respectivamente

Una franquicia es el procedimiento de una entidad hace sobre el uso de un nombre , imagen , producto o actividad comercial . Aún que no es lo mismo que una sucursal , ambas tienen coincidencias en ciertos aspectos , como el uso de una denominación común y la comercialización de productos o servicios de dicha marca

DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA EL MERCADO GLOBAL

Se ha vuelto cada vez más importantes con la internacionalización de las empresas y la globalización de los mercados . Si bien se caracterizan por la coordinación centralizada para lograr una economía de gran escala y alcance, la localización también cobra importancia día a día debido a la variación de la demanda de los consumidores en los distintos países

Un ejemplo es el sector de los automóviles, en que los agentes globales ocupan posiciones muy similares en los distintos mercados . Sin embargo , esto no es tan cierto para las categorías de productos nuevas que aún se encuentran en etapa de crecimiento en muchos países y las marcas que no tienen el mismo nivel de popularidad en todos lados

CONTROL Y EVALUACION DE UN PLAN DE MERCADOTECNIA

El responsable de las actividades de mercadotecnia puede establecer controles en diferentes etapas del desarrollo de la estrategia

Seguimiento y revisión la mayor parte de las empresas utilizan sus planes de marketing anual como la base de su presupuesto anual . A medida que el plan avanza , anota aquellos aspectos que han resultado bien aquellos que han fracasado

LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA

MEZCLA DE MERCADOTECNIA

"Las 4 P "O" para referirse a las decisiones que se toman en el área de mercadotecnia en relación con: Producto- Precio- plaza - promoción hace referencia a los factores con las cuales trabaja la mercadotecnia para cumplir con su función de promover y facilitar el intercambio de la empresa y el consumidor final

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

Significa que los cuatro elementos actúan de forma conjunta , interrelacionada y consiste en donde la variación de un elemento afecta la combinación total y, para mantener su coherencia y efectividad se requiere de ajustes mutuos

LAS REDES SOCIALES Y LAS UNIDADES DE INFORMACIÓN

Cuando pensamos en una red la palabra nos remite una especie de asamblea. Una concatenario de vínculos que une o sirve como puente o extremo y otro, entre un punto , sistema lugar o persona y otro , y su correspondiente antagonista

Permiten que el usuario te diga que y como lo quiere. Esta es también otra puerta que la red 2.0 ha dejado abierta y de la cual nos podemos beneficiar como nunca antes

Considerar el adaptar estrategias que nos permitan justificar no únicamente la existencia de las unidades de información y su relación con indicadores esta estrategia podría ser encabezada por el binomio mercadotecnia- redes sociales

MERCADOTECNIA PERSONAL, HERRAMIENTAS Y ESTRATEGIAS

Mejor conocida como mercadotecnia directa consiste en conexiones directas para consumidores individuales o segmentos específicos, seleccionados cuidadosamente, a menudo basados en una interacción personal

para los compradores: es conveniente, fácil de usar y privado.
para los vendedores : es una herramienta poderosa para establecer la relación con los clientes

Las Principales formas de la mercadotecnia personal son :

- 1- Mercadotecnia por correo directo
- 2- Mercadotecnia por catálogo
- 3- Mercadotecnia por teléfono
- 5- Mercadotecnia por televisión de respuesta directa

TIPO DE PRODUCTO Y SERVICIO

Los encargados de la planeación de productos son la mejor manera que tienen las empresas para añadirle valor al mismo y lograr diferenciarlo de los productos similares que se encuentran en el mercado

- 1- producto central . Es el beneficio o servicio central que se ofrece al consumidor
- 2- comprende la presentación marca , diseño , estilo , etiqueta , calidad

Producto aumentado : en la etiqueta hay un número bonetal así como la dirección electrónica de bonafont para que el consumidor establezca comunicación con la empresa para dudas , quejas o sugerencias