



**Mi Universidad**

## **Cuadro Sinóptico**

*Nombre del Alumno: Fredy Isaías Pérez García*

*Nombre del tema: La mezcla de Mercadotecnia*

*Parcial: 2 do.*

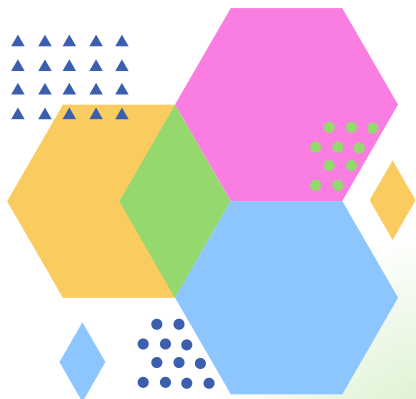
*Nombre de la Materia: Mercadotecnia*

*Nombre del profesor: Valeria Jaquelin Espinosa López*

*Nombre de la Licenciatura: Contaduría Pública y Finanzas*

*Cuatrimestre: 5. To*

# La mezcla de la Mercado tecnia



## CONCEPTO

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.

## Importancia

Documento que establece las acciones en cuanto a producto, precio, plaza y promoción, se aplicará en una empresa para que logre el éxito comercial. Establece la metodología y criterio para consecución y objetivos que an sido establecido.

## Por que es una mezcla

Se combina necesariamente con otros factores, como son las finanzas y la producción, forma estrategias que no deben existir contradicciones internas.

## Aplicación

- ☆» Producto: producto de calidad con marca reconocida y goza buena imagen en el consumidor objetivo.
- ☆» Consumidor objetivo: que cuneta con ingresos suficientes para adquirirlo.

# LA MEZCLA DE LA MERCADOTECN IA

FACTORES  
QUE LA  
INTEGRAN

CONCEPTO DE  
PRODUCTO/  
SERVICIO.

TIPOS DE  
PRODUCTOS Y  
SERVICIOS

- α Producto o servicio
- α Precio
- α Plaza
- α Promoción

Los productos incluyen objetos físicos, servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas o mezcla, son una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfactoria que ofrecen venta y que son esencialmente intangibles.

Los encargados de la planeación de productos deben considerar los bienes y servicios en tres niveles:

- Productos central
- Producto Real
- Producto Aumentado.