



**Nombre de alumno: Ámbar Ivette
López Suaznávar.**

**Nombre del profesor: Aldo Irecta
Nájera**

**Nombre del trabajo: Concepto de
Mezcla de mercadotecnia y su
Evolución**

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Mercadotecnia.

Fecha: 01 de Marzo del 2025.

Comitán de Domínguez Chiapas a 01 de Marzo de 2025.

Concepto de Mezcla de Mercadotecnia y su Evolución.

3.1. Concepto de Mezcla de mercadotecnia.

En la década de 1950, Jerome McCarthy acuñó el término "mezcla de mercadotecnia" (marketing mix, en inglés) o "las 4 P" para referirse a las decisiones que se toman en el área de mercadotecnia en relación con: Producto-Precio-Plaza-Promoción



3.1. Concepto de Mezcla de mercadotecnia.

El concepto de la mezcla de mercadotecnia 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.



3.1. Concepto de Mezcla de mercadotecnia.

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.



Evolución del concepto de mezcla de mercadotecnia.

- **4 P: Producto, Precio, Plaza, Promoción.**



Evolución del concepto de mezcla de mercadotecnia.

- **5 P: Producto, Precio, Plaza, Promoción, Posicionamiento.**



Evolución del concepto de mezcla de mercadotecnia.

- **6 P: Producto, Precio, Plaza, Promoción, Posicionamiento, Packing.**



Evolución del concepto de mezcla de mercadotecnia.

- **8 P: Producto, Precio, Plaza, Promoción, Posicionamiento, Personas, Physical evidence, Partners.**

