

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

Instituto de Ciencias Económico Administrativas





Área académica: Comercio Exterior

Mezcla de Mercadotecnia

Nombre del académico:

M.E. Evelyn Mercedes Flores Pérez







Tema:

Mezcla de mercadotecnia

Resumen

Este tema se basa en la descripción de las cuatro P's de la mezcla de mercadotecnia explicando la mezcla individual de cada uno de ellos.



Producto, plaza, precio, promoción





Abstract

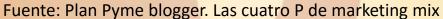
This theme is based on the description of the four P's of the marketing mix explaining the individual mix of each of them.



Keywords: Product, place, price, promotion









¿QUÉ SE ENTIENDE POR MEZCLA DE MERCADOTECNIA?

Se denomina mezcla de mercadotecnia a las herramientas o variables de las que dispone el responsable de mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la compañía. Son la estrategia de marketing, o esfuerzo de marketing y deben incluirse en el plan de marketing. Kotler & Armstrong (2016).



Fuente: Crece negocios.



ANTECEDENTES

* El concepto mezcla de marketing fue desarrollado en 1950 por Neil Borden, quien listó 12 elementos, con las tareas y preocupaciones comunes del responsable del mercadeo.

* Esta lista original fue simplificada a los cuatro elementos clásicos, o "Cuatro P's": Product, Price, Place y Promotion, por McCarthy en 1960.

* El concepto y la simplicidad del mismo cautivó a profesores y ejecutivos rápidamente.



Fuente: Blog para estudiantes de publicidad





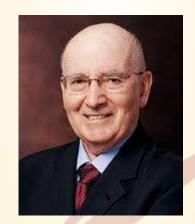
¿Qué es la Mezcla de Mercadotecnia o Marketing Mix?



Fuente: Marketingmix.co.uk







Fuente: Northwestern Kellogg School of Management

Kotler define la mezcla de mercadotecnia como "el conjunto de herramientas de marketing que la empresa combina para producir la respuesta que desea el mercado meta". La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto.



 A mediados de la década de los sesenta, el Dr. Jerome McCarthy (premio Trailblazer de la American Marketing Association) introdujo el concepto de las 4 P's, que hoy día, se constituye en la clasificación más utilizada para estructurar las herramientas o variables de la mezcla de mercadotecnia.



Fuente: CONCEPTODEFINICIÓN.DE



Producto

 Significa la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta.



Fuente: LUANSA Distribuidores





Número NESTLÉ: Helados, total de crema, leche, líneas café...

Num.
Total de
artículos
incluidos
en la
mezcla

AMPLITUD

LONGITUD

CAFÉ: Nescafé, Dolca, Decaf...

NESCAFÉ: Café-canela, café orgánico, descafeinado

Indica
cuantas
versiones de
cada
producto se
ofrecen
dentro de
cada línea

PROFUNDIDAD

CONSISTENCIA

Fuente: Elaboración propia

Tiendas a detalle, distribuidoras.

Que tan
estrechamente
relacionados
están las líneas
de productos en
cuanto a su uso
final.



El "producto", tiene a su vez, su propia mezcla o mix de variables:



Fuente: Abasto. com

- Variedad
- > Calidad





Fuente: Coca cola Journey

- Características
- **Marca**
- **Envase**







Fuente: Diario Puntual



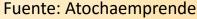


Precio

Se entiende como la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener un producto o servicio.

- Las variables que general egresos son:
 - ✓ Precio de lista
 - ✓ Descuentos
 - √ Complementos
 - ✓ Periodo de pago
 - √ Condiciones de crédito









Plaza

También conocida como posición o distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Sus variables son las siguientes:



Cobertura

Surtido

Ubicaciones

Inventario

■ Transporte

Logística



Fuente: Mlmproactivo.co.

Promoción

Abarca una serie de actividades que comunican los méritos del producto y persuaden a los clientes meta a comprarlos. Sus variables son las siguientes:

- Publicidad
- Venta Personal
- Promoción de Ventas
- Relaciones Públicas
- Telemercadeo
- Propaganda



Fuente: Prcomunicacion noticias





Referencias Bibliográficas

Kotler & Armstrong (2016). Fundamentos de Marketing. México D.F.. Editorial Person

Web-Grafía

Plan Pyme blogger. Las cuatro P de marketing mix, circulo negro en el centro, cita producto, precio, plaza y promoción con barras en colores rojo, amarillo, azul y verde. http://planpyme.blogspot.com/2013/05/mezcla-mercadotecnia-basica.html

Crece negocios. Cuatro manos, sosteniendo una pieza de rompecabezas, de color verde, azul, rojo y amarillo. https://www.crecenegocios.com/la-mezcla-de-mercadotecnia/

Blog para estudiantes de publicidad, foto de Neil Borden http://3.bp.blogspot.com/-FVJkFgvfrgE/VRAbMsqty I/AAAAAAAAI-w/FSDnl3hajdg/s1600/neil%2Bborden.jpg





Referencias Bibliográficas

Marketingmix.co.uk cuatro cuadros de colores rojo, azul, amarillo y verde en el que dice product, Price, place, promotion, people, http://marketingmix.co.uk/

Northwestern Kellogg School of Management, Foto de Kotler, http://www.kellogg.northwestern.edu/faculty/directory/kotler_philip.aspx

CONCEPTODEFINICIÓN.DE. Cinco piezas de rompecabezas de color azul, verde, amarillo, rojo y blanco, con la inscripción de Price, promotion, place, proct, marketing http://conceptodefinicion.de/marketing-mix/

LUANSA Distribuidores. Pantalla electrónica con anuncios de productos y sobra de personas paradas frente a ella. http://luansa.com.mx/productos.html

Diario Puntual Cuatro latas de coca cola color rojo, verde, negro y gris http://www.diariopuntual.com/mercados/2017/02/03/44224





Referencias Bibliográficas

Coca cola Journey. Variedad de diseños de envase. http://www.coca-cola-cola

Abasto. com Trailer de coca cola. https://abasto.com/noticias/millonaria-deuda-de-coca-cola-en-impuestos/

Atochaemprende. Lupa con etiqueta roja que dice Price. https://atochaemprende.wikispaces.com/Preciogrupo42017

Mlmproactivo.co. Avión, triler, montacargas, cajas de carton, mundo https://mlmproactivo.co/

Prcomunicacion noticias. Muñeco azul empujando un carro de tienda rodeado de porcentajes sesenta porciento amarillo, cincuenta porciento azul, cuarenta porciento rojo, treinta porciento verde, veinte porciento amarillo, diez porciento azul claro. http://prcomunicacion.com/las-estrategias-de-promocion-cuentan-con-recursos-del-marketing-para-promover-las-ventas-y-posicionar-las-marcas-en-un-mercado-concreto/

