

## Reporte de Lectura

Tema:	<b>Estrategias de marketing en el producto, precio, promoción y canales de distribución.</b>
-------	--

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 1	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos). Google académico</i>
<b>Palabras claves.</b> Marketing, producto, precio, promoción, canal, distribucion.	
<b>Referencia APA.</b> Rodríguez Santoyo A.R (2013). <i>Fundamentos de Mercadotecnia</i> . Universidad de Guanajuato.	
<u><a href="#">Fundamentos de Mercadotecnia  Libros Eumed.net</a></u>	
De Ceupe,B. (06 de febrero de 2019). <i>ESTRATEGIAS DE PRECIOS MARKETING MIX</i> . Ceupe.	
<u><a href="https://www.ceupe.com/blog/estrategias-de-precios-en-el-marketing-mix.html">https://www.ceupe.com/blog/estrategias-de-precios-en-el-marketing-mix.html</a></u>	

Texto (literal con número de página)
Las estrategias del marketing son importantes para que cualquier empresa u organización tenga éxito porque permite optimizar la forma en que el producto o servicio llegue al consumidor final.
Estrategias en el producto.
El producto no se limita solo a una unidad física, sino que también influyen el como vienen empacados los productos, la garantía que se ofrece, el nombre de la marca, la imagen de la empresa, el valor y varios factores más.
Los productos también pueden ser objetos tangibles como lo son las computadoras, conceptos como los ofrecidos en una consulta, o servicios como la atención médica. Además, los productos tienen la capacidad de ofrecer valor al cliente.
Estrategias en precio.
<ul style="list-style-type: none"><li>• Estrategias de precios para productos nuevos.</li><li>• Estrategia de precios psicológicos.</li><li>• Estrategias competitivas.</li><li>• Estrategias de discriminación de precios.</li></ul>

## Reporte de Lectura

Estrategias en promoción.

La promoción abarca las ventas personales, la publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas. La función que tiene dentro de la mezcla del marketing es generar intercambios que beneficien a través de la información, educación, persuasión y recordatorio de los beneficios de una organización o producto

Estrategias en canales de distribución.

Las estrategias de distribución buscan hacer que los productos estén disponibles en el momento y lugar que los clientes lo necesiten. Una parte de esta "P" de plaza es la distribución física, que son todas las actividades empresariales que están relacionadas con el almacenamiento y transporte de materias primas o productos que ya estén terminados.

El objetivo de la distribución es garantizar que los productos lleguen en condiciones adecuadas a los lugares establecidos cuando sea requerido.