

Reporte de Lectura

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

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

Texto (literal con número de página)
<p>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.</p> <p>Estrategias en el producto.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Estrategias en precio.</p> <ul style="list-style-type: none">• Estrategias de precios para productos nuevos.• Estrategia de precios psicológicos.• Estrategias competitivas.• Estrategias de discriminación de precios.

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.