

La Mezcla de Mercadeo

Factores relevantes a considerar para la elaboración de una efectiva mezcla de mercadeo

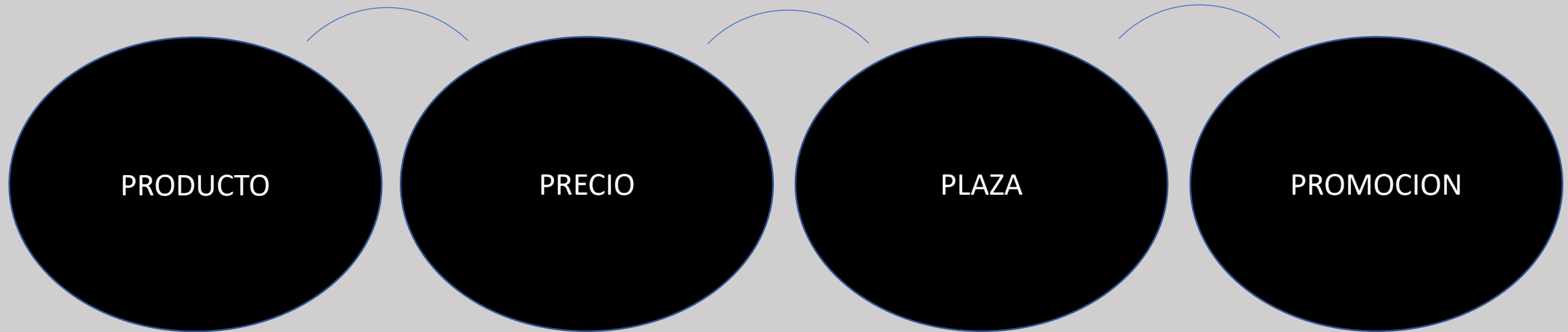


Un blog de marketing

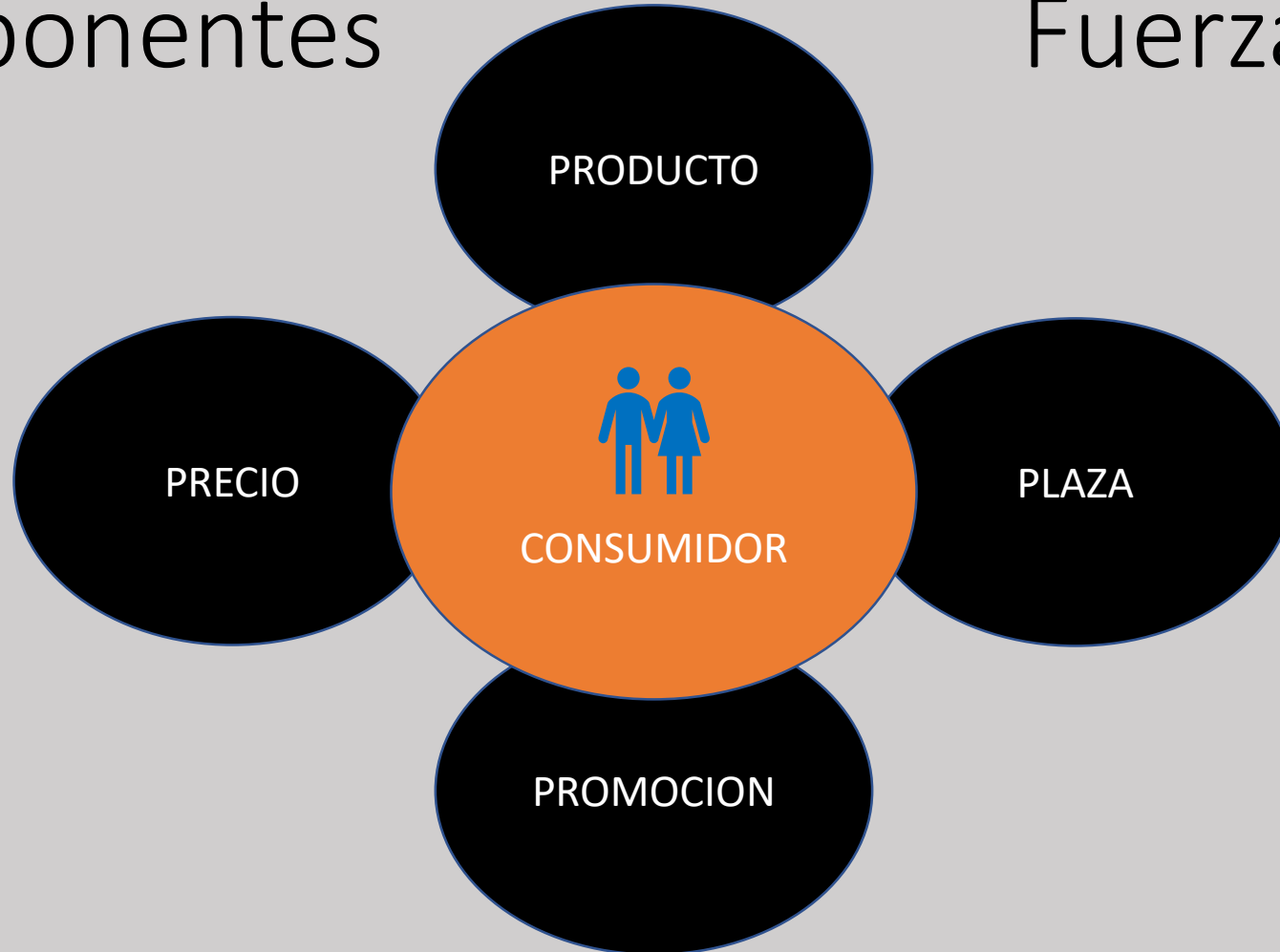
Definición

¿Qué es la mezcla de mercadeo?

La mezcla de mercadeo consiste en combinar correctamente los instrumentos empleados para estimular la demanda de un producto o servicio.



Componentes



Fuerzas

OFERTA

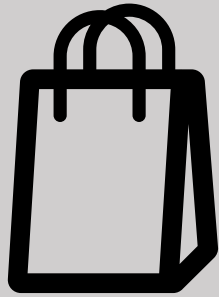


DEMANDA

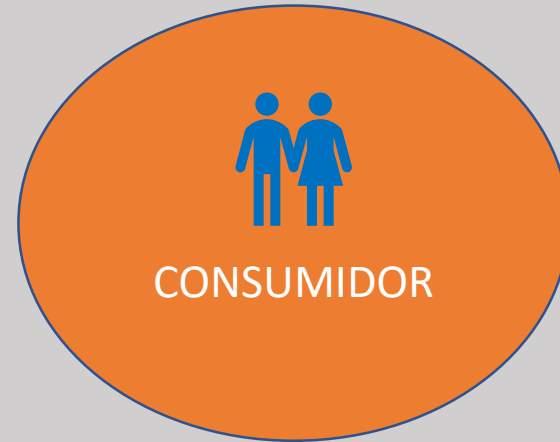


Fuerzas que afectan la mezcla de mercadeo

OFERTA



La oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado.



CONSUMIDOR

DEMANDA

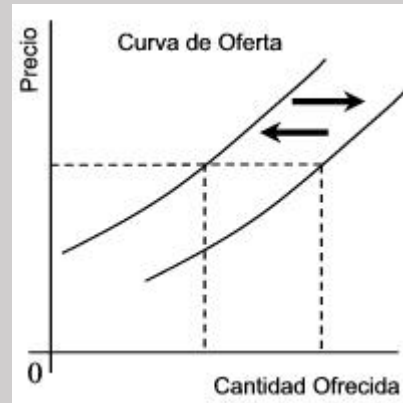
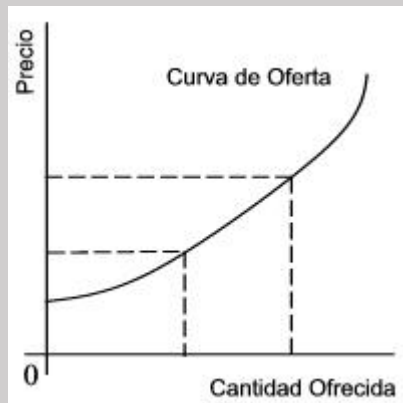
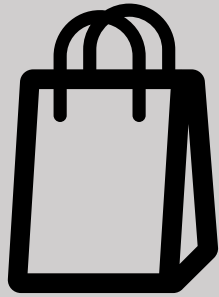


La demanda es la cantidad de productos o servicios que los compradores intentan adquirir en el mercado.

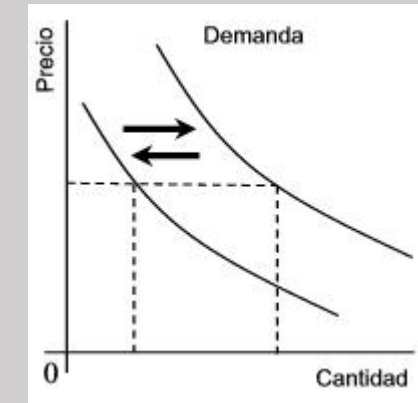
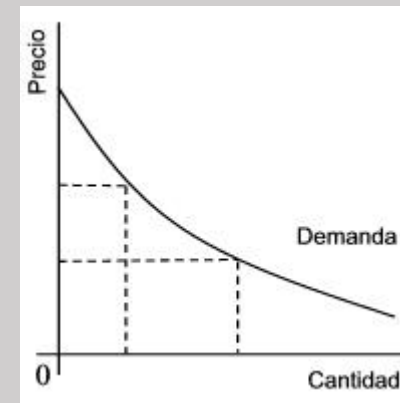


Comportamiento de la oferta y la demanda

OFERTA



DEMANDA



Demanda elástica: La demanda es elástica cuando ante una variación del precio, la variación en la cantidad demandada es (en porcentaje) mayor que la del precio.

Demanda inelástica: La demanda es inelástica, cuando ante variaciones del precio la cantidad demandada varía (en porcentaje) menos que la del precio.



Comportamiento de la oferta y la demanda

DEMANDA



Demanda elástica: La demanda es elástica cuando ante una variación del precio, la variación en la cantidad demandada es (en porcentaje) mayor que la del precio.

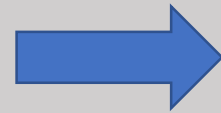
Demanda inelástica: La demanda es inelástica, cuando ante una variación del precio, la variación en la cantidad demandada (en porcentaje) es menor que la del precio.



DEMANDA ELASTICA



Ejemplos

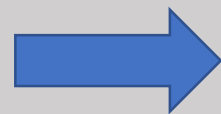


Sustitución



Precio

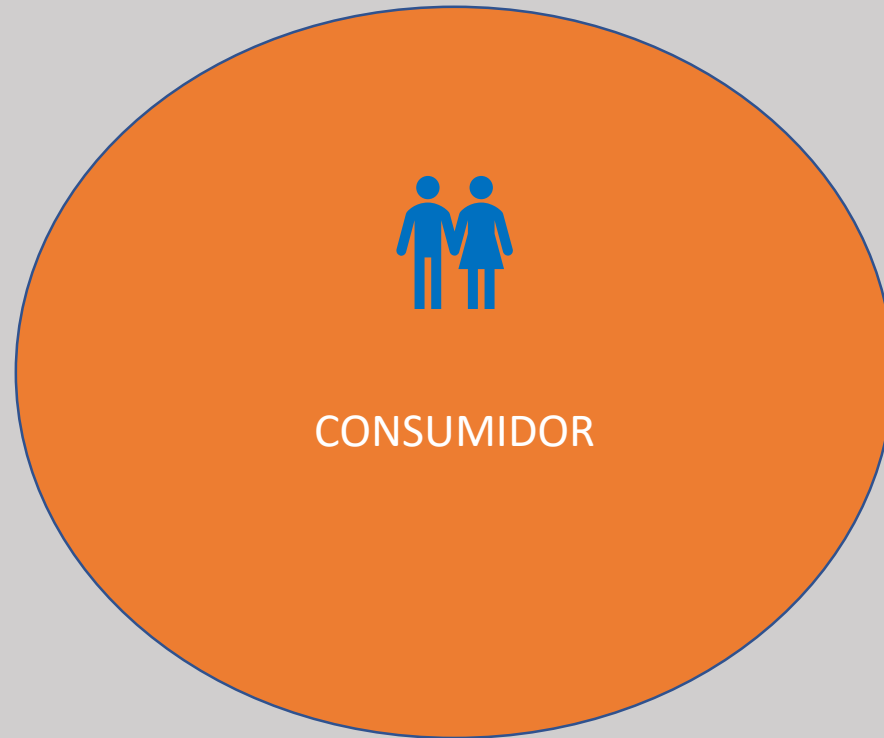
Demanda



Sustitución



Fuerzas que afectan la mezcla de mercadeo



Segmentación del mercado

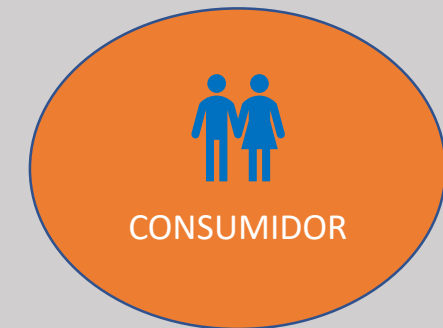
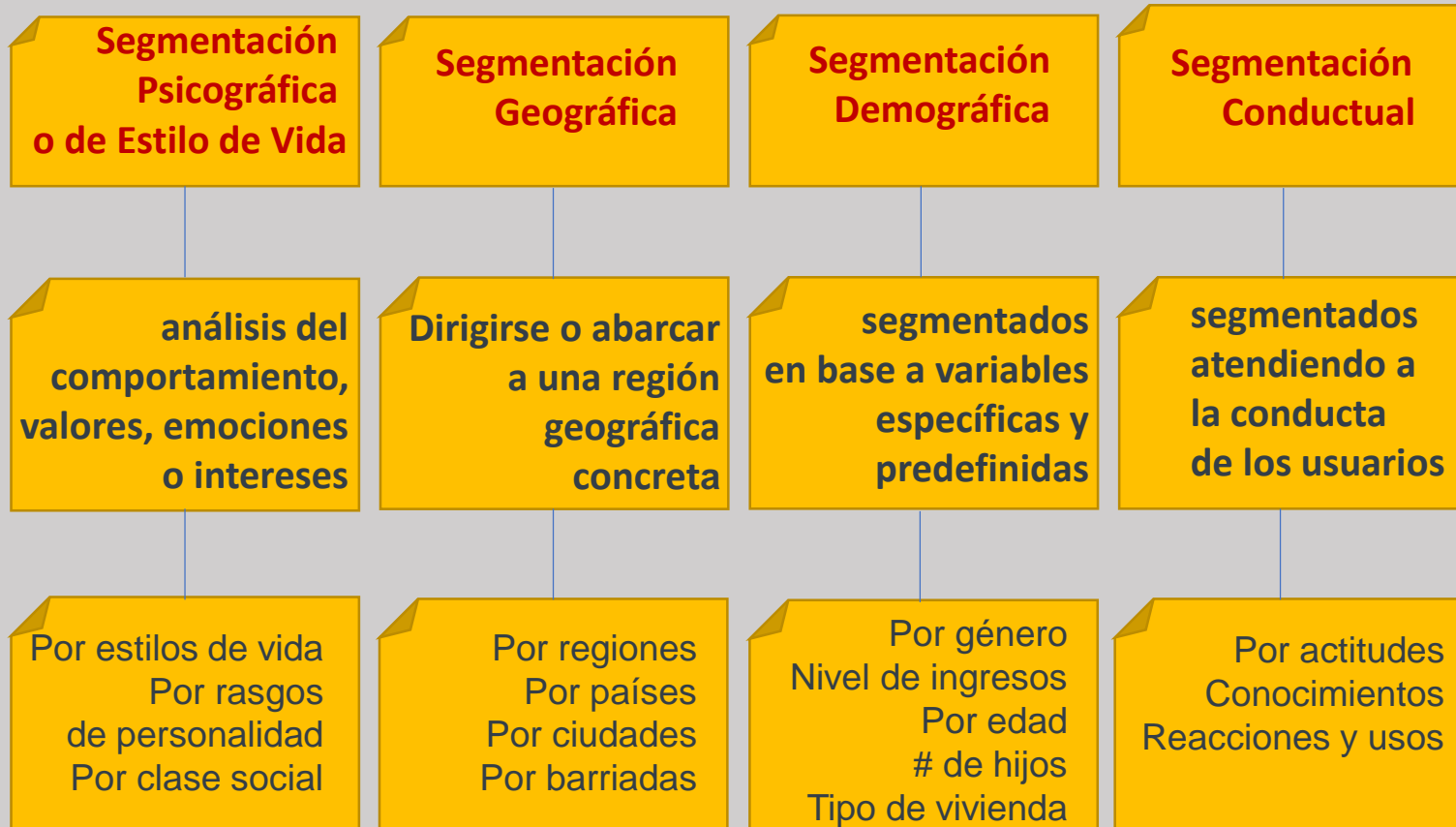


Es la división del público objetivo de la empresa en grupos o subgrupos.

Mediante la segmentación de mercado, la empresa puede adaptar sus campañas de ventas y sus estrategias de marketing con el fin de que estén dirigidas específicamente a los segmentos identificados.



Tipos de segmentación del mercado



Tipos de segmentación del mercado

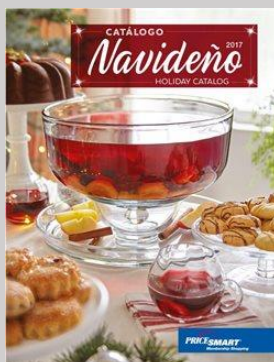
Segmentación Conductual



Ejemplos de segmentación del mercado

Segmentación
Conductual

Por la ocasión
que genera la
compra



Por la
situación del
usuario



Por la
frecuencia de
uso



Por lealtad



Ejemplos de segmentación del mercado

Segmentación Psicográfica o de Estilo de Vida



Ejemplos de segmentación del mercado

Segmentación
Psicográfica
o de Estilo de Vida

Estilo de vida

Rasgos de personalidad

Clase social/económica



P
O
R
T
A
F
O
L
I
O



Otros elementos a considerar en la mezcla de mercadeo



Ejemplos segmentación Maslow



UNIVERSIDAD ESPECIALIZADA DE LAS AMÉRICAS
 DECANATO DE POSTGRADO
 Acuerdo No. 015-2013 de 12 de julio de 2013
MAESTRIA EN EDUCACIÓN ESPECIAL

CUATRIMESTRE	Asignatura	Créditos
PRIMER CUATRIMESTRE	Teorías y modelos de educación especial	3
	Neurociencias y aprendizaje	3
	Desarrollo infantil temprano	3
	Educación a la diversidad	3
	Seminario: salud y transición a la vida adulta de la persona con discapacidad	2
SEGUNDO CUATRIMESTRE	Planificación y gestión del currículum en un centro inclusivo	3
	Dirección y liderazgo educativo	3
	Atención educativa a la discapacidad intelectual	3
	Enfoques y modelos de evaluación educativa	2
	Seminario de aptitudes sobresalientes	2
TERCER CUATRIMESTRE	Atención educativa a la discapacidad auditiva y las alteraciones de la comunicación	3
	Dificultades en el aprendizaje	3
	Atención educativa a la ceguera y baja visión	3
	Metodología de la investigación	3
	Trabajo de grado	3
CUARTO CUATRIMESTRE	Atención educativa a los trastornos neuromotores	3
	Modelos de atención a los trastornos generalizados del desarrollo	3
	Orientación laboral y calidad de vida	3
	Trabajo de grado	3
	Trabajo de grado	3

Total de créditos 52

Requisitos de Admisión

- Copia de los créditos y del título de Licenciatura.
- Llenar el formulario de inscripción.
- Entregar dos fotografías tamaño carné.
- Copia de la cédula de identidad personal.
- Certificado médico de buena salud física y mental.
- Incluir un resumen de su currículum vitae.
- Poseer un índice académico no inferior a 1.5

Costo total B/3,662

COSTOS:

- I. Cuatrimestre B/843.00
- II. Cuatrimestre B/843.00
- III. Cuatrimestre B/733.00
- IV. Cuatrimestre B/733.00

Incluyendo costos de graduación de y Trabajo de grado

Acreditada mediante Gaceta Oficial No. 27100 del 16 de agosto de 2012

Mercadeo: 501-1036
 Decanato de Postgrado: 501-1038
 Veraguas: 998-5640 Los Santos: 966-6963
 Coclé :997-8703 Chiriquí :775-3747

www.udelas.ac.pa
 postgrado.udelas@gmail.com



La Mezcla de Mercadeo

FIN



Un blog de marketing