Servín Quintero Damaris Angelina dservinq

Martínez Coronel Brayan Yosafat Yosafat Coronel

Fuentes Castillo Angel Osvaldo Osvaldo Fuentes

Establezca la mezcla de mercadotecnia (Producto, Precio, Plaza y Promoción) para:

**a) Su trabajo terminal o un proyecto que desee realizar.**

Producto: App que, con una foto y una categoría, te diga tu mayor relación con esa categoría. Por ejemplo, con una foto tu mayor relación con el tipo de tamal.

Precio: gratuito, pero podemos usar los datos para con terceros.

Plaza: Redes sociales.

Promoción: un par de publicaciones en forma de memes, con crecimiento orgánico.

**b) Egresado de ESCOM.**

Producto: Programación de pantallas.

Precio: 8000 por cada 6 pantallas, deben ser entregados los diseños previamente.

Plaza: Upwork / LinkedIn.

Promoción: mantener un perfil (en ambas plataformas) actualizados y revisar las ofertas constantemente.

**c) Un sistema respirador autónomo para enfermos de COVID-19.**

Producto: Sistema respirador autónomo para enfermos de COVID-19.

Precio: 25000, si lo regresa en buenas condiciones, se le retorna 8000.

Plaza: sitios donde atienden COVID-19.

Promoción: Ubicarse en entradas de los sitios donde atienden.

Vea el video: What is Marketing & Brand Strategy\_ok.mp4 ubicado la plataforma, y conteste brevemente.

**a) ¿Cuáles son las diferencias que definen lo que es una marca y lo que no lo es?**

La marca se refiere más a la esencia, no al producto tangible. Por ejemplo, se menciona que el marketing no es marca, pero la esencia de rectas en Windows o los diseños ergonómicos de Apple, sí lo son. Entonces, la marca son los adjetivos de todo lo relacionado con sus productos.

**b) ¿Cómo se emplean las marcas hoy en día?**

Para mostrar lo que sienten los usuarios, antes era al revés, pero ahora se preocupan por lo que quiere el consumidor, es decir, quieren ser parte de la vida de las personas, al grado de usarse como verbos o como ejemplos de antonomasia.