



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO



DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO  
ADMINISTRATIVAS

ZONA DE LA CULTURA

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN GRUPO:ILA

ESTRATEGIAS DEL MARKETING

MTRA: MINERVA CAMACHO JAVIER

RAMOS HERNANDEZ ALEXIS MAGDIEL

14 DE MARZO DE 2025

## **Tabla de contenido**

<b>Introducción .....</b>	3
<b>Esquema .....</b>	4
<b>Conclusión .....</b>	5
<b>Referencias .....</b>	6

## **Introducción**

Las estrategias de marketing son fundamentales para el éxito de una empresa, ya que permiten optimizar el uso de los recursos disponibles y mejorar la posición competitiva en el mercado. A través de estas estrategias, las organizaciones pueden aumentar sus ventas y fortalecer su presencia frente a sus competidores. Este documento explora los elementos clave que conforman una estrategia de marketing efectiva, incluyendo el producto, el precio, la promoción y los canales de distribución.

# ESTRATEGIAS DEL MARKETING

## Esquema



## **Conclusión**

Las estrategias de marketing son esenciales para el crecimiento y posicionamiento de una empresa en el mercado. La correcta gestión de los elementos clave, como el producto, el precio, la promoción y la distribución, permite optimizar el rendimiento y mejorar la relación con los consumidores. Implementar estrategias bien estructuradas facilita la diferenciación de la competencia y contribuye al éxito empresarial a largo plazo.

## **Referencias**

Tomas, D., & Cyberclick. (s. f.-b). *Estrategia de marketing: qué es, tipos y ejemplos.*  
<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategia-de-marketing-que-es-tipos-y-ejemplos>

Tomas, D., & Cyberclick. (s. f.-c). *Estrategia de marketing: qué es, tipos y ejemplos.*  
<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategia-de-marketing-que-es-tipos-y-ejemplos>

Staff, C. (2023b, noviembre 29). *Las 4 P del marketing: Qué son y cómo utilizarlas.*  
Coursera. <https://www.coursera.org/mx/articles/4-ps-of-marketing>