

Fins ara es parlava de quatre ELEMENTS DEL MÀRQUETING MIX:

PRODUCTE

PREU

PROMOCIÓ

DISTRIBUCIÓ

Actualment es parla d'una cinquena P: (el tracte al client, el servei postvenda, ...)

1. Classifica segons el TIPUS DE PRODUCTE que siguin:

POMA

FORN INDUSTRIAL

TEXANS

ASSEGURANÇA DE COTXE

CINEMA

FARINA PER FER PA

BARRA DE PA

RENTADORA

TIPUS DE PRODUCTE		
DE CONSUM	INDUSTRIALS	DE SERVEIS

2. Dels producte de consum n'hi ha de dos tipus: fungibles i de consum durador. Classifica els següents productes segons de quin tipus siguin:

ORDINADOR

PLÀTAN

MÒBIL

AIGUA

MOTXILLA

SAMARRETA

HAMBURGUESA

SABÓ

FUNGIBLES	DE CONSUM DURADOR

3. Pel que fa a l'ENVÀS, mou dintre de la casella corresponent les característiques més importants que ha de complir un envàs per aconseguir l'objectiu d'afavorir les vendes del producte.

ABANS
DE LA COMPRA

Facilitat de transport

Identificació fàcil

Associació de continent i contingut

DESPRÉS
DE LA COMPRA

Fàcil d'obrir

Comoditat

Atractiu i impactant

4. Les empreses, normalment, no es dediquen a la fabricació d'un únic producte, sino que en la majoria de casos en fabriquen i en venen més d'un; això és el que constitueix la seva CARTERA o GAMMA DE PRODUCTE.

A partir del model següent, completa el cas de COLGATE.

Cartera o gamma de productes	Línia de productes
És la totalitat d'articles que una empresa ofereix en el mercat a tots els consumidors.	És el conjunt de productes amb característiques homogènies.
Amplitud de gamma	Profunditat de línia
És el nombre de línies diferents que integren la gamma.	Nombre de models, mides, ... de productes que s'ofereixen dins d'una determinada línia.
Consistència o coherència de la gamma	
És la connexió que hi ha entre les diferents línies de productes, relacionada amb la producció, l'ús, la distribució, ...	

cas COLGATE

Cartera o gamma de productes	Línia de productes
	
Amplitud de gamma	Profunditat de línia
	Dins de la línia de cura bucal hi ha:
Consistència o coherència de la gamma	

cura bucal
cura de la llar
higiene personal

Agrupa tots els seus productes en
tres grans línies

La línia de cura bucal és la que té més
profunditat, ja que es divideix en altres
sublínies.

dentrífics
raspalls de dents
col.lutoris
productes per a nens
productes adreçats als dentistes

Gamma consistent que majoritàriament es tracta de productes de consum que es
venen en drogueries i supermercats i tots estan relacionats amb la neteja personal i
de la llar.

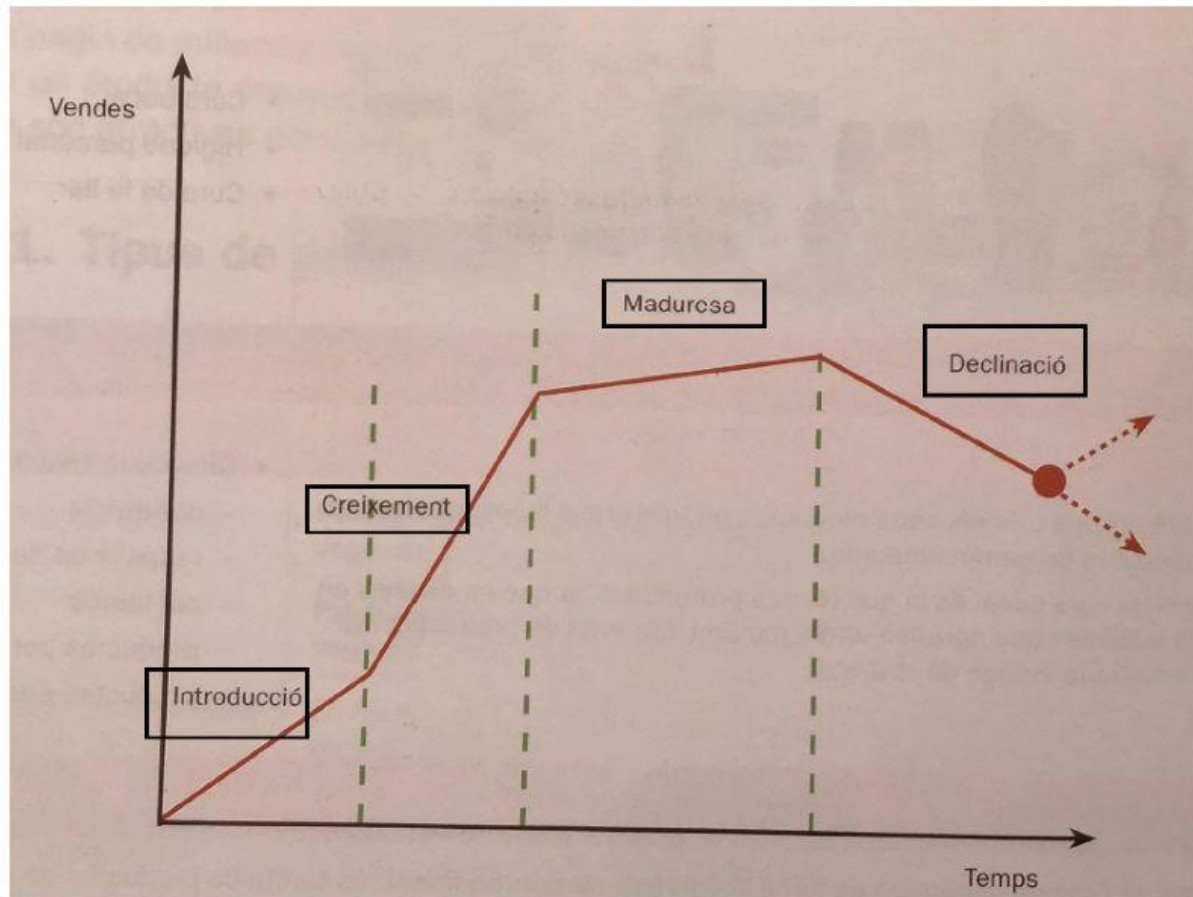
5. Situa en quina fase del CICLE DE VIDA es troben els productes següents:

COCACOLA

COTXE HÍBRID

CALIPO CAFÈ

CD per emmagatzemar dades

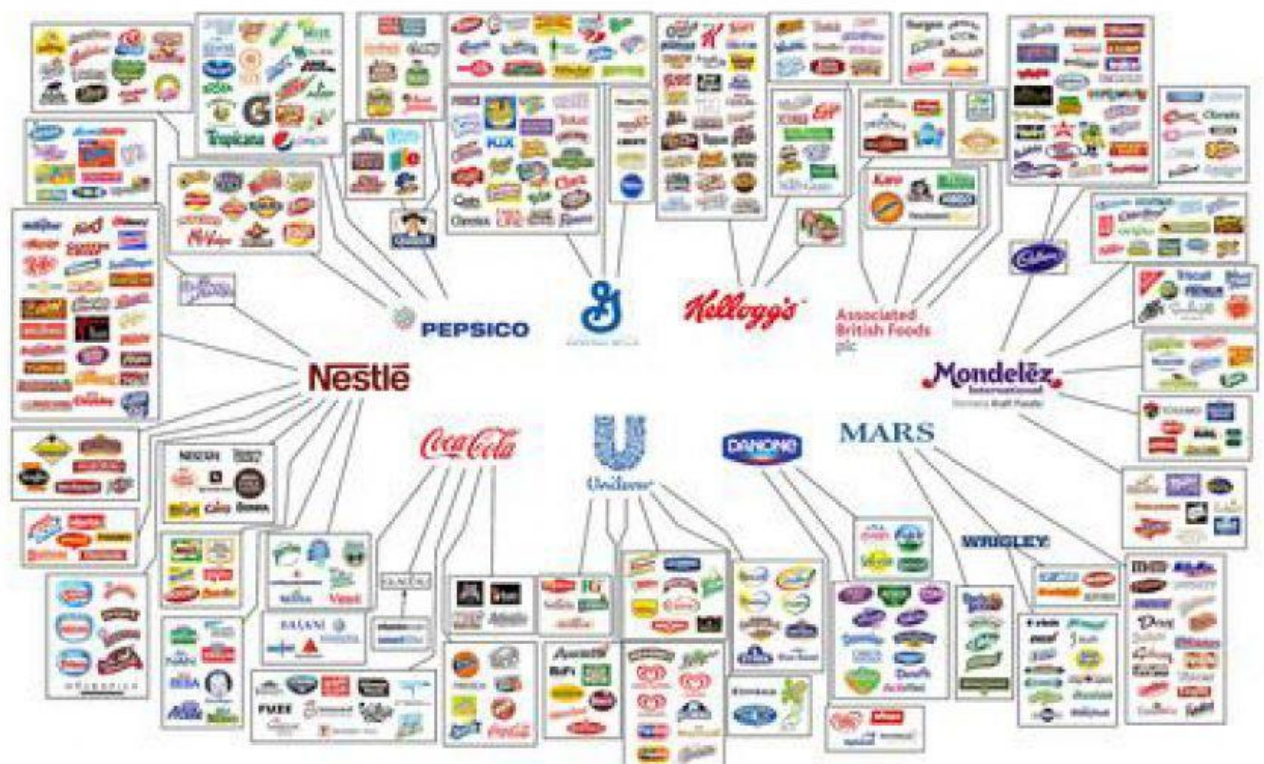


6. La MARCA engloba dos elements: el nom (denominació) i el logotip (imatge que es pren per identificar el producte).

L'empresa **Procter&Gamble** fabrica aquests productes.



GRUPO PASCUAL



Classifica les següents empreses segons l'estratègia de marca que han aplicat.

Estratègia de marca	Concepte	Exemple
Marca única o marca paraigua	Mateix nom	
Marques múltiples	Marques individuals	
	Marques per línia de producte	
	Segones marques	
Marca de distribuïdor	Marques fabricades per un industrial i ofertades sota el nom o marca del distribuïdor	

HACENDADO



edesa

