



UNIVERSIDAD DEL SURESTE
CAMPUS OCOSINGO, CHIAPAS

ADMINISTRACIÓN A LA MERCADOTECNIA
UNIDAD I INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN DE LA
MERCADOTECNIA

MAESTRA:
GERARDO GARDUÑO ORTEGA

SUPER NOTA

ALUMNA:
BRISEYDA AGAPITA AGUILAR GÓMEZ

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
1° CUATRIMESTRE

09 DE OCTUBRE DE 2021



ADMINISTRACIÓN DE LA MERCADOTECNIA

Es el proceso de planear y ejecutar:

- concepción
- fijación de precios
- promoción distribución

De ideas, mercancías y/o servicios para dar lugar a intercambios que satisfagan objetivos individuales y organizacionales, también comprende análisis, planeación, instrumentación y control. (KOTLER)

La administración de la mercadotecnia se ha identificado con las funciones y el comportamiento del personal con el mercado de clientes.

Meta: satisfacer a las partes involucradas.

Mercadotecnia, también conocida por su nombre en inglés *marketing*, se refiere al conjunto de principios y prácticas implementado en torno a la comercialización de un producto, bien o servicio, con el objetivo de generar un aumento en su demanda (Mercadotecnia).

Dirección, se conoce como al camino, vía o rumbo que debe de seguir un ser vivo o una cosa en movimiento. Persona o conjunto de personas que puedan dirigir, gobernar, mandar, liderar empresas, establecimientos y/u otros grupos de personas (DIRECCIÓN).

La **administración de la mercadotecnia** es un proceso que incluye un conjunto de fases sucesivas, las cuales son:

1. **Planeación:** Según Kotler y Keller, Planeación de marketing consiste en identificar y analizar oportunidades de negocio, seleccionar los mercados meta, elaborar estrategias, definir programas y administrar el esfuerzo de marketing (MARKETING, 2006). Fase en la que se establecen los objetivos que se perseguirán (oportunidades de mercadotecnia que se identificaron y analizaron previamente) y se determina qué actividades se van a realizar en el futuro para lograr esos objetivos, cuándo y cómo se van a implementar, dónde se las van a hacer, quiénes las llevarán a cabo, qué recursos demandarán y cuánto va a costar.
2. **Organización:** Proceso de delimitar responsabilidades y asignar autoridad a aquellas personas que pondrán en práctica el Plan de Mercadotecnia. En ésta fase se definen y diferencian las diferentes tareas y se busca a la gente apropiada para cada una de ellas. (MERCADOTECNIA,

MERCADOTECNIA, 2004) Dicho en otras palabras, se determina qué tareas hay que hacer, quién las hace, cómo se agrupan, quién rinde cuentas a quién y dónde se toman las decisiones. (ADMINISTRACIÓN, 2005)

3. **Dirección:** Según Fischer y Espejo, en esta fase los encargados se dedican a coordinar las actividades para alcanzar los objetivos, tomar decisiones y resolver problemas mediante las fases de planeación, ejecución y control de su trabajo (MERCADOTECNIA, MERCADOTECNIA, 2004)
4. **Ejecución:** se realiza o se lleva a la práctica todo lo planeado. Es el momento en el que se implementa el Plan de Mercadotecnia; por tanto, es la fase en la que la planeación, organización y dirección se someten a la prueba ácida del mercado.
5. **Control:** Se busca establecer la posición actual con relación al destino que se ha determinado en la fase de planeación. Según Fischer y Espejo, en ésta fase se establecen normas de operación, se evalúan los resultados actuales contra los estándares ya establecidos y se disminuyen las diferencias entre el funcionamiento deseado y lo real (MERCADOTECNIA, MERCADOTECNIA, 2004).

Referencias

- ADMINISTRACIÓN. (2005). ADMINISTRACIÓN. En R. S. MARY, *ADMINISTRACIÓN* (pág. 7 Y 9). PEARSON EDUCACIÓN.
- DIRECCIÓN. (s.f.). *Significados.com*. Recuperado el 08 de octubre de 2021, de Significados.com: <https://www.significados.com/direccion/>
- KOTLER, P. (s.f.). *SLIDESHARE.NET*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/anisflakes/administracion-de-la-mercadotecnia>
- MARKETING. (2006). DIRECCION DE MARKETING. En K. P. KEVIN, *DIRECCION DE MARKETING* (pág. 27 AL 29). PEARSON EDUCATION DE MEXICO, S.A. DE C.V.
- MARKETINGPOWER. (s.f.). Obtenido de MARKETINGPOWER: <http://www.marketingpower.com/mg-dictionary.php?>
- MERCADOTECNIA. (2004). MERCADOTECNIA. En F. L. JORJE, *MERCADOTECNIA* (pág. 34 al 57). McGraw-Hill Interamericana.
- MERCADOTECNIA. (2004). MERCADOTECNIA. En F. L. JORGE, *MERCADOTECNIA* (pág. 34 AL 57). McGraw-Hill Internamericana.
- Mercadotecnia. (s.f.). *Significados.com*. Recuperado el 08 de octubre de 2021, de Sifnificados.com: Cómo citar: "Mercadotecnia". En: Significados.com. Dihttps://www.significados.com/mercadotecnia/