

# UDS

ALUMNO: ANGELICA  
FIGUEROA GARCIA

PROFESOR:  
GERARDO GARDUÑO

TRABAJO:  
SUPERNOTA

MATERIA: MAESTRIA EN  
ADMINISTRACION

# Etapas del desarrollo económico de la mercadotecnia



Las etapas que genera la mercadotecnia se basan en el desarrollo de sus actividades de manera lógica y establecida



## 1. MEDIO

Se conoce como medio a todo lo que se involucra en el intercambio de la empresa con el mercado, tal es el caso de factores macro y microeconómicos, la competencia, proveedores, entorno demográfico, medio ambiente.

## 2. PROCESO

El proceso es una de las partes más importantes, aquí entran en juego las 4'P, las cuales son el precio, producto, plaza y promoción



## 3. ESTRATEGIA

Aquí entra en juego la parte administrativa, donde se fijan objetivos, asignan responsabilidades, así como alcance y limitaciones



## PLAN DE MERCADOTECNIA

Es importante elaborar un plan para poder llegar a colocar un producto en el mercado, tomando en cuenta METAS, EL PRODUCTO, EL SERVICIO, LA DISTRIBUCIÓN, PRECIOS, PLAZAS Y DESCUENTOS, así como INVESTIGAR EL MERCADO

## LAS 4'P

Este proceso también se denomina mezcla de mercadotecnia, donde se analizan las principales actividades de la empresa. Estas 4'P son El precio, producto, plaza y promoción

