



Mi Universidad

Nombre del Alumno: Elías Hernández De Los Santos

*Nombre del tema: Concepto y Evolución de la
Mercadotecnia.*

Parcial: I

Nombre de la Materia: Mercadotecnia.

Nombre del profesor: Mtro. Gerardo Garduño

*Nombre de la Licenciatura: Licenciatura en
Administración y Estrategia de Negocios*

Cuatrimestre: 5to.

Fecha de elaboración:

06/01/2022

CONCEPTO Y EVOLUCIÓN DE LA MERCADOTECNIA

¿Qué es Mercadotecnia?

- Proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.
- Debemos sentarnos a decidir cuál va a ser la estrategia que vamos a usar para llegar al éxito en términos de comunicación y comerciales de nuestra idea.

Objetivos Fundamentales a tener en cuenta

- Direccionamiento.
- Diferenciación.
- Posicionamiento.



Concepto de algunos autores

Dr. Philip Kotler

- Se define como la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio.

Andrew Cohen

- La mercadotecnia es satisfacer las necesidades y deseos del consumidor.

Marjorie Clayman

- Es la construcción de tu marca, convenciendo a la gente de que tu marca es la mejor.



Características

- ✓ Aspira a facilitar el flujo de la producción desde los productores a los consumidores.
- ✓ Tiene como objeto de estudio a la sociedad entera, pero sobre todo a los clientes y consumidores, así como a los trabajadores de la empresa.
- ✓ Dispone de un mix de herramientas y perspectivas comerciales para abordar su objeto de estudio, que tradicionalmente se define en las "cuatro P":

- Precio.
- Posicionamiento.
- Promoción.
- Producto



Era de la producción

- Durante la segunda mitad del siglo XIX, la Revolución Industrial estaba en pleno vigor en los Estados Unidos
- Con nueva tecnología y nuevas maneras de utilizar la mano de obra, los productos ingresaban en grandes cantidades al mercado.
- La orientación de la producción continuó en el comienzo del siglo XX.



Era de las ventas

- En la segunda década del siglo XX, la fuerte demanda de productos por parte de los consumidores disminuyó.
- Los empresarios veían a las ventas como el principal medio de incrementar utilidades.
- Los hombres de negocios creían que las actividades de marketing más importantes eran la venta personal y la publicidad.
- Este periodo tuvo una orientación hacia las ventas.



Era del marketing

- A comienzos de la década de los años cincuenta, algunos hombres de negocios comenzaron a reconocer que la producción eficiente y la promoción extensiva no garantizan que los clientes compren productos.
- Las empresas de los Estados Unidos entraban en la era del marketing, una era de orientación hacia el mercado o hacia el cliente.
- La calidad mejorada de productos, del servicio y tener como centro al cliente son componentes esenciales de operaciones exitosas.



BIBLIOGRAFÍA

- Hernandez, R. (2016, 10 mayo). *Evolución de la Mercadotecnia - Marketing Digital*. Marketing Digital y Redes Sociales. <https://rodrigojm.com/evolucion-de-la-mercadotecnia/>
- Jaimés, J. (2021, 8 septiembre). *¿Qué es Mercadotecnia? Ejemplos prácticos, reales y geniales con los que puedes responder a esta pregunta*. Blog de Marketing Digital de Resultados. <https://www.rdstation.com/es/blog/mercadotecnia/>
- MarketingDirecto. (2021, 27 septiembre). *Article headline*. <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/31-definiciones-de-mercadotecnia-9>
- Equipo editorial, Etecé. (2020, 23 septiembre). *Mercadotecnia - Concepto, objetivos, características, tipos*. Concepto. <https://concepto.de/mercadotecnia/>