

# UDS

Nombre del alumno: Juan Jose  
Rodriguez Galindo

Nombre del maestro: Gerardo  
Garduño

materia: Mercadotecnia

Trabajo: super nota

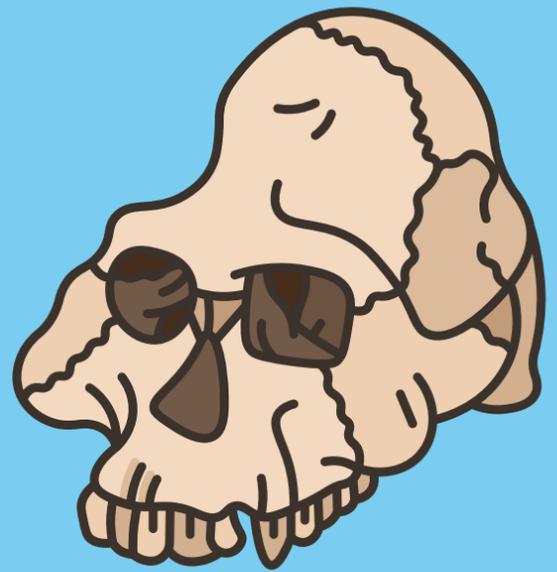
Grado: 5 cuatrimestre

Grupo: A

# ASPECTOS GENERALES DE LA MERCADOTECNIA

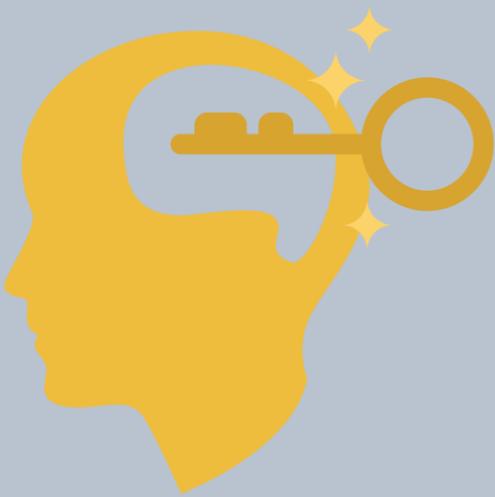
## EVOLUCION DE LA MERCADOTECNIA

Las bases del marketing en Estados Unidos se establecieron en la época colonial, cuando los primeros colonos europeos comerciaban entre sí con los americanos nativos. Algunos colonos se convirtieron en minoristas, mayoristas y comerciantes ambulantes



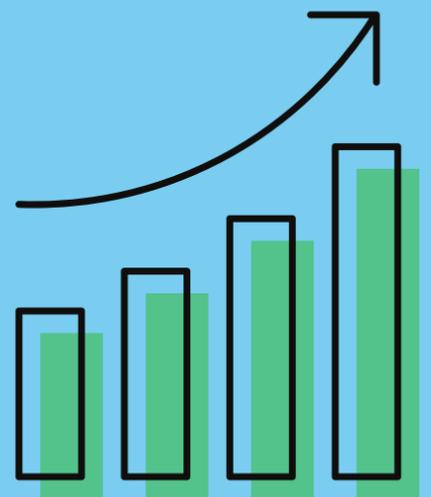
## CONCEPTO DE MERCADOTECNIA.

Proceso social y administrativo por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros



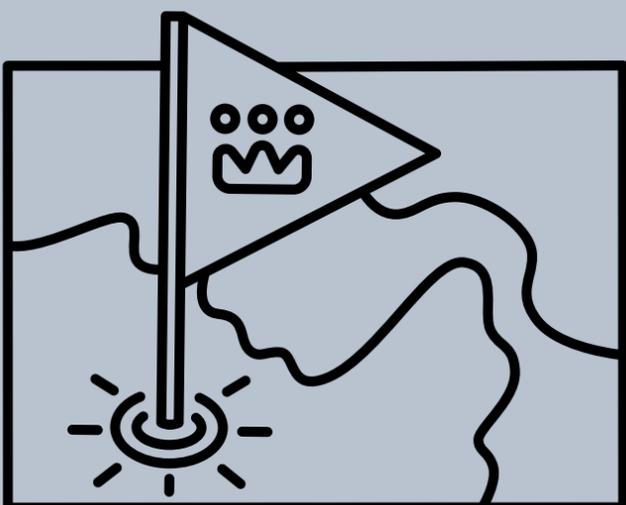
## ADMINISTRACIÓN DE LA MERCADOTECNIA

análisis, la planificación, la puesta en práctica y el control de programas diseñados para crear, desarrollar y mantener intercambios beneficios con compradores meta, con el propósito de lograr los objetivos organizacionales



## MISIÓN DE LA MERCADOTECNIA

el marketing una de las funciones principales en la economía global, en el sistema socioeconómico de cualquier país, en cualquier organización y en la vida de usted



Bibliografía básica y complementaria:

- Fischer, Laura y Espejo Jorge. (2017). *Mercadotecnia*. Ciudad de México: Mcgraw Hill.
- Santesmases, Miguel. (2016). *Fundamentos de mercadotecnia*. Ciudad de México: Grupo editoria patria.
- Chong, Luis. (2009). *Promoción de ventas*. Ciudad de México: Gránica.
- García Cerdeño, Antonio, «Una aproximación hacia la teoría de la venta», segunda parte, *Esic Market*, 63, enero-marzo de 1989, pp. 63-82.
- Strang, Roger A., «Sales Promotion – Fast Growth, Faulty Management», *Harvard Business Review*, 54, 4, julio-agosto de 1976, pp. 115-124.