



PASIÓN POR EDUCAR

**Nombre de alumno:** Dana Belén Rivera Escobar

**Nombre del profesor:** Gerardo Garduño

**Nombre del trabajo:** Súper nota. Unidad I

**Materia:** Mercadotecnia

**Grado:** 5to. Cuatrimestre. Administración y estrategias de negocios

**Grupo:** A

PASIÓN POR EDUCAR



# Evolución y concepto de la mercadotecnia

## I. Orientación al producto

Se preocupa más por la calidad del producto, sus administradores piensan que sus productos son únicos y de precios justos

## III. Orientación al mercado

Los planteamientos del marketing se extienden por toda la organización, guiando su gestión y dirección, con una clara dimensión estratégica

## Evolución

(Inicio de la Revolución Industrial, en la segunda mitad del siglo XIX)

## II. Orientación a las ventas

Se centra en la venta de los productos o los servicios y no en la satisfacción de los deseos y necesidades de los clientes

## Datos

- El comercio se intensificó a medida que se construían mercados con mayores ventajas para el público consumidor
- La planificación urbana de aquella época produjo un fenómeno en el comercio, el cual sigue vigente hasta la fecha





# Concepto de mercadotecnia

**Kotler, Philip,  
Armstrong, Gary. (1998)**

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

Lamb, Charles W. Jr, Hair,  
Joseph F. Jr, McDaniel, Carl.  
(2006) (American Marketing  
Association)

Planificar y ejecutar la concepción, asignación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan las metas individuales y organizacionales

**Stanton, William J.,  
Etzel, Michael J.,  
Walker, Bruce J. (2007)**

Sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promoverlos y distribuirlos a los mercados

## **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

