



PASIÓN POR EDUCAR

Nombre de alumno: Danilo Sánchez Espinoza.

Nombre del profesor: Gerardo Garduño Ortega.

Nombre del trabajo: Súper Nota.

Materia: Mercadotecnia.

Grado: 5° Cuatrimestre.

Grupo: Administración de Empresas.

Ocosingo Chiapas a 5 de Marzo de 2022.

Aspectos generales de la mercadotecnia.

Evolución 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.

Sin embargo, el marketing en gran escala no empezó a tomar forma en ese país hasta el inicio de la Revolución Industrial, en la segunda mitad del siglo XIX.

A partir de entonces, el marketing ha evolucionado en tres etapas sucesivas de desarrollo y estas son las siguientes:

Las empresas que tienen una orientación al producto se concentran por lo común en la calidad y cantidad de las ofertas.

suponiendo a la vez que los clientes buscaran y compraran productos bien hechos y a precio razonable.

La crisis económica mundial de finales de la década de 1920 (comúnmente conocida como la Gran Depresión) cambió la forma de ver las cosas.

Los países desarrollados salieron de la depresión, se hizo evidente que el problema económico principal ya no era como fabricar con eficiencia, sino más bien como vender la producción.

La orientación a las ventas se caracterizó por una gran confianza en la actividad promocional para vender los productos que la compañía deseaba fabricar.

Etapa de orientación al producto.



Comúnmente se asocia con una época pasada, cuando la demanda de bienes excedía en general a la oferta y el enfoque primordial en los negocios era producir con eficiencia grandes cantidades de productos.

Encontrar los clientes se consideraba una función relativamente menor.

Etapa de orientación a las ventas.



Con una orientación al mercado, las compañías identifican lo que quieren los clientes y adaptan todas sus actividades para satisfacer esas necesidades con la mayor eficiencia posible.

Usando este enfoque, las empresas hacen marketing y no simplemente se dedican a vender.

El marketing se incluye en la planeación de la compañía a largo plazo así como a corto.

Etapa de orientación al mercado.



Concepto de mercadotecnia.

Es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización.

Enfoque. El sistema entero de actividades de negocios debe orientarse al cliente. Los deseos de los clientes deben reconocerse y satisfacerse.

Duración. El marketing debe empezar con una idea del producto satisfactor y no debe terminar sino hasta que las necesidades de los clientes estén completamente satisfechas, lo cual puede ser algún tiempo después de que se haga el intercambio.



Bibliografía básica y complementaria:

Antología: Mercadotecnia.

Unidad I: Aspectos generales de la mercadotecnia.

Temas: 1.1 Evolución de la mercadotecnia. .
1.2. Concepto de mercadotecnia.

Autores:

- 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.

Descarga de 4 imágenes en google para complementar el trabajo realizado.

https://www.google.com/search?q=Etapa+de+orientaci%C3%B3n+al+producto&tbm=isch&ved=2ahUKEwjzL-u_672AhWZb80KHYScc0IQ2-cCegQIABAA&oq=Etapa+de+orientaci%C3%B3n+al+producto&gs_lcp=CgNpbWcQAzIFCAAQgAQ6BwgjEO8DEcc6BggAEAcQHIDgCFjGF2DKHGgAcAB4AIABeIgBnQWSAQMwLjaY AQcGgAQGqAQtdn3Mtd2l6LWltZ8ABAQ&scient=img&ei=o1ojYpvvOJnftQaLhayQBA&bih=584&biw=1280#imgrc=B9s4kD4O9xX3UM

https://www.google.com/search?q=Etapa%20de%20orientaci%C3%B3n%20a%20las%20ventas&tbm=isch&tbs=rimg:CY2sHaQOP4XBYb2_1WyZaQZphsgIMCgIABAAOgQIABAA&hl=es-419&sa=X&ved=0CBsQuIBahcKEwioy4-RhK_2AhUAAAAAHQAAAAAQcG&biw=1263&bih=530#imgrc=hx1N4fmJqkmYPM

https://www.google.com/search?q=Etapa%20de%20orientaci%C3%B3n%20al%20mercado&tbm=isch&hl=es-419&tbs=rimg:Ce334MHO6ul4YfUaINDZwCy8sgIMCgIABAAOgQIABAA&sa=X&ved=0CBsQuIBahcKEwilmZPwha_2AhUAAAAAHQAAAAAQBw&biw=1263&bih=530#imgrc=KLskTclNHcrZcM

https://www.google.com/search?q=Evoluci%C3%B3n%20de%20la%20mercadotecnia&tbm=isch&hl=es-419&tbs=rimg:CYdCUUJGuyx_1YeV-N4fK9aL7sgIMCgIABAAOgQIABAA&sa=X&ved=0CBsQuIBahcKEwiYpumd6_2AhUAAAAAHQAAAAAQcG&biw=1263&bih=530#imgrc=n8t39QbeqntFmM&imgdii=0gYBIOh_NnQMmM

https://www.google.com/search?q=mercadotecnia&tbm=isch&hl=es419&tbs=rimg:CWyfrlvnHAUNYX3ySHZfXjJsgIMCgIABAAOgQIABAA&sa=X&ved=0CBsQuIBahcKEwjYybyji6_2AhUAAAAAHQAAAAAQBw&biw=1263&bih=530#imgrc=HULwc0hOTVrpJM