

UDS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MERCADOTECNIA

ENSAYO

DARELY EUNICE SANTIZO

JORGE ANGEL RAYMUNDO MORALES

3/1/2022 16/1/2022

INTRODUCCION

ASPECTOS GENERALES DE LA MERCADOTECNIA

La mercadotecnia es la actividad humana dirigida a satisfacer las necesidades, carencias y deseos de los consumidores por medio de procesos de intercambio

Hoy en día la mercadotecnia es absolutamente esencial para todos quienes quieren vender, promocionar o dar a conocer sus productos y servicios. Las agencias y las empresas han tenido que desarrollar nuevas estrategias

Todo cambia y evoluciona gracias a la tecnología, las antiguas formas de ventas ya quedaron atrás con la llegada del internet

DESARROLLO

Como bien sabemos la evolución de la mercadotecnia ha pasado por varias etapas entre ellos está la etapa de la autosuficiencia económica, pues en los comienzos de la humanidad cada familia era autosuficiente por lo que se considera que en aquel tiempo no existía el mercadeo.

En la etapa del trueque se dio la sobre producción de algunos alimentos, debido a la aparición de nuevas tribus y pueblos, en aquella época el trueque fue una auténtica revolución lo cierto es que era un sistema bastante complejo, no solo había que encontrar a una persona que tuviera el producto que se busca, si no que la persona tenía que estar interesado en alguno de los productos.

En la etapa de la revolución industrial y su influencia en el desarrollo del mercado se caracterizó por la aparición de nuevas técnicas y maquinas a través de las cuales se podía aprovechar la energía, la máquina de vapor cambio el desempeño de la industria textil e impulso la explotación de carbón, el sector metalúrgico y los medios de transporte.

Etapa de producción en masa, hubo dos acontecimientos que dejaron huella en la mercadotecnia: la primera y segunda guerra mundial (1914-1918 /1939-1945) durante este periodo aparecen los medios de comunicación masivos, lo que propicia que den un gran salto dentro del mundo del marketing.

Desde la revolución industrial, la administración de la mercadotecnia en los negocios, han tenidos tres etapas de desarrollo y están ahora comenzando la cuarta.

- 1-Orientación al producto
- 2- Orientación a las ventas
- 3- Orientación al mercado
- 4-Responsabilidad social y orientación humana

CONCLUSION

El objetivo de la mercadotecnia es entregarle al consumidor un producto o servicio que resuelva su problema o satisfaga su necesidad, la satisfacción de los clientes es de lo más importante. Para lograrlo, la organización debe investigar cuales son las necesidades, deseos y expectativas de estos para poder crear verdaderos satisfactores.

Hay quienes piensan que el objetivo de la mercadotecnia es vender más o bien colocar productos y distribuirlos, pero como bien sabemos, es fomentar el intercambio voluntario entre dos o más partes que tiene algo que interesa a unos y a otros.

La mercadotecnia ayuda a la empresa a ganarse el favor del cliente y su lealtad, por lo que trata de lograr que dicho intercambio sea repetitivo y dentro de la ética de los negocios. La venta y la satisfacción son los objetivos del esfuerzo de la mercadotecnia por parte de la empresa