



**Nombre de alumno: Jorge Luis Gerónimo
Díaz**

**Nombre del profesor: Darely Eunice
Santizo Gutiérrez**

Nombre del trabajo: ensayo

Materia: mercadotecnia

Grado: 4to Cuatrimestre

Grupo: Contaduría pública y finanzas

Frontera Comalapa Chiapas, a 16 de enero de 2022

Aspectos generales de la mercadotecnia

Este ensayo tiene como propósito abordar información relevante sobre la mercadotecnia, ya que es algo muy utilizado en estos tiempos con fines empresariales, muy importante en el comercio ya que es un recurso que muchas empresas utilizan, que le generan muchos beneficios. Aquí conoceremos un poco del surgimiento de esta herramienta que ha sido muy útil a las empresas, sabremos qué es y cuál es su significado.

La mercadotecnia también se le conoce como mercadeo o márketing, este es un proceso donde se estimula al consumidor con la intención de aumentar la demanda de un producto, es decir se le da más publicidad con el fin de incitar al público que adquiera dicho producto o servicio, hacer que el producto sea atractivo para el público y que cree sentimientos positivos por dicho producto, servicio o marca. Ya que es uno de los principales componentes de la gestión empresarial y el comercio, ya que con esto se busca adaptarse a los deseos del mercado y satisfacer al mercado de forma más eficiente que la competencia.

Evolución de la mercadotecnia

Desde los años en los que apareció hasta hoy la mercadotecnia ha tenido que pasar por varias etapas, primeramente la etapa de la autosuficiencia económica, en esta etapa apenas el ser humano se iba desarrollando y expandiendo fue donde surgió el nacimiento de la comercialización, de ahí surgió la etapa del trueque fue con la aparición de nuevas tribus y pueblos donde el ser humano se dio cuenta que tenía posibilidad de obtener otros alimentos que él no producía a través del trueque que era un intercambio de alimentos, ahí fue el punto de inicio del mercadeo, lo que da paso a la etapa de los mercadeos el trueque fue una completa revolución, pero fue la aparición de la moneda de la mano de los griegos en el siglo VII la que marco la historia, ya que resolvió las dificultades que habían a la hora de que los comerciantes hicieran negocios, también facilitó el comercio nacional e internacional, después tenemos la etapa de la revolución industrial, que influyó en el desarrollo del mercadeo, en esta etapa con la llegada de la máquina de vapor, se da el origen del mercadeo moderno, etapa de producción en masa, en esta etapa se dieron la primera y la segunda guerra mundial, en este periodo

aparecieron los medios de comunicación masivos, lo cual logro un gran salto dentro del mundo del marketing y también aparece el internet lo cual logro cambiar al mundo.

Administración de la mercadotecnia

La administración de la mercadotecnia se da con el análisis, la planeación y la puesta en práctica, con el fin de lograr los objetivos de la organización, desde la revolución industrial la administración de la mercadotecnia ha tenido tres etapas y una cuarta que está iniciando en estos tiempos, la orientación al producto, la orientación a las ventas, la orientación al mercado y la orientación a la responsabilidad,

Misión y objetivos de la mercadotecnia

La mercadotecnia busca satisfacer las necesidades de los clientes, para ello deben trabajar en conjunto todas las partes que conforman una empresa, su misión consiste en buscar la satisfacción de la necesidades, deseos y expectativas de los consumidores mediante actividades coordinadas que al mismo tiempo permitan a la empresa alcanzar sus metas, tiene como objetivo ayudar a la empresa el favor del cliente y su lealtad, otro de sus objetivos es lograr más ventas a través de la satisfacción de los clientes y ganarse su lealtad, una vez identificados sus deseos y necesidades, conjuntándolos con productos y servicios de calidad, la mercadotecnia cumple también con distintas metas ya que la demanda depende en gran medida del tipo de plan o estrategia que se aplique algunas de sus metas son, que si existe una demanda negativa se utiliza una mercadotecnia de conversión que cambie de manera positiva la imagen del producto, cuando no exista demanda la mercadotecnia se da a la tarea de estimular creando en el consumidor un deseo del producto, cuando la demanda es decreciente es necesario revivir en el consumidor ese deseo del producto,, si se tiene un exceso de demanda y no se cuenta con mercancía suficiente el trabajo de la mercadotecnia es reducir esa demanda

Como podemos analizar la mercadotecnia es muy importante en el ámbito empresarial ya que es a través de ello que logran estimular en el consumidor el deseo de adquirir su producto y de esta manera también al mismo tiempo las empresas cumplen sus objetivos financieras, también nos podemos dar cuenta que ha pasado por varias etapas y la forma de mercadeo fue cambiando con el tiempo hasta llegar al mercadeo moderno que ahora conocemos, pero también en el transcurso hubieron muchos acontecimientos que marcaron y dejaron huella en la historia de la mercadotecnia.

