



**PASIÓN POR EDUCAR**

**Nombre de alumno: Judith Calvo Díaz**

**Nombre del profesor: Gerardo Garduño Ortega**

**Nombre del trabajo: Super Nota**

**Materia: Mercadotecnia**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**Grado: 5to cuatrimestre**

**Grupo: A**

Comitán de Domínguez Chiapas a 6 de enero de 2022

# Mercadotenia



La mercadotenia es un 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. Tomando en cuenta que los deseos de los clientes deben **reconocerse y satisfacerse**.

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. El marketing ha evolucionado en tres etapas sucesivas de desarrollo:



Etapa de orientación al producto

Etapa de orientación a las ventas

Etapa de orientación a las ventas



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.

Se caracterizó por una gran confianza en la actividad promocional para vender los productos que la compañía deseaba fabricar. En esta etapa, la publicidad consumía la mayor parte de los recursos de una empresa

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.