



Mi Universidad

Mapa Conceptual

Nombre del Alumno: Elías Hernández de los Santos.

Nombre del tema: Aspectos Generales de la Mercadotecnia.

Parcial : I

Nombre de la Materia: Mercadotecnia.

Nombre del profesor(a): Mtra. Ana Laura Culebro.

Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategias de Negocios.

Cuatrimestre: 5to.

Fecha de entrega: 12/03/23

ASPECTOS GENERALES DE LA MERCADOTECNIA

CONCEPTO

¿A qué se refiere la mercadotecnia?

Consiste en un conjunto de principios y prácticas que se llevan a cabo con el objetivo de aumentar el comercio.

Se trata de entender lo que hay detrás de una venta.

Para ello existe un proceso:

1. Análisis de oportunidades.
2. Investigación de mercados.
3. Creación de la estrategia.
4. Creación de las tácticas.
5. Aplicación.
6. Control.

Algunos tipos de mercadotecnia.

Mercadotecnia Social.

Mercadotecnia Masiva.

Mercadotecnia Personalizada.

Mercadotecnia Comercial.

TÉRMINOS MÁS RELEVANTES

PRODUCTOS

Incluye tanto a los bienes tangibles como intangibles que posee un valor para el consumidor.

BIENES

Objetos tangibles, físicos, que se pueden tocar y ver y, en general, percibir a través de los sentidos.

SERVICIO

Es la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas, animales u objetos. Son productos intangibles.

Idea

Es un concepto, una filosofía, una opinión, una imagen o una cuestión.

APLICACIÓN

La mercadotecnia tiene un objetivo principal

Incrementar e incentivar la venta de productos o servicios.

¿Cómo contribuye en una empresa?

- Se conoce mejor a los clientes.
- Genera reconocimiento de marca.
- Aumenta las utilidades.
- Ayuda a conocer a la competencia.

La mercadotecnia permite entender de mejor manera al cliente para ofrecer mejores estrategias que faciliten la fidelización y comercialización de lo que vende una marca.

Campos donde se usa la mercadotecnia.

En el producto

En la distribución

En el precio

En la comunicación

NECESIDADES, DESEOS Y DEMANDAS.

La necesidad es un estado de carencia percibida e incluyen las necesidades físicas básicas.

Mientras que los deseos son una forma que adoptan las necesidades humanas, moldeados por la cultura y personalidad individual.

Los deseos se convierten en demandas cuando son respaldados por el poder de compra.

Por ejemplo:

Necesidad biológica: Sed (solución: consumir una bebida) / Deseo: vio una publicidad de Coca cola y desea comprarse una / Demanda: Tiene dinero por ende puede saciar su deseo y necesidad.

BIBLIOGRAFÍA

lmentalmkt, P. (2013, septiembre 20). *¿Cuáles son los campos de aplicación de la mercadotecnia?* lmentalmkt.

<https://lmentalmkt.wordpress.com/2013/09/20/cuales-son-los-campos-de-aplicacion-de-la-mercadotecnia/>

Jaimes, J., Blanco, E., & Siqueira, A. (2022, febrero 15). *¿Qué es la mercadotecnia?: tipos y estrategias [+ ejemplos]* ✓. Blog de Inbound

Marketing y Ventas | RD Station.

<https://www.rdstation.com/blog/es/mercadotecnia/>

Definición de mercadotecnia. (s/f). Definición.de. Recuperado el 12 de marzo de 2023, de <https://definicion.de/mercadotecnia/>

Conoce la diferencia entre necesidad, deseo y demanda. (1667926430000).

Linkedin.com. <https://es.linkedin.com/pulse/conoce-la-diferencia-entre-necesidad-deseo-y-demanda->

Color, A. B. C. (2006, agosto 4). *Productos, bienes, servicios e ideas.* ABC Color.

<https://www.google.com/amp/s/www.abc.com.py/articulos/productos-bienes-servicios-e-ideas-921649.html%3foutputType=amp>

Castañeda, S. (2022, abril 1). *¿Para qué sirve la mercadotecnia y cómo ayuda a las empresas?* Blog de Ecommerce y Marketing Digital.

<https://www.tiendanube.com/blog/mx/para-que-sirve-la-mercadotecnia/>