



Nombre de alumno: Josue Alfredo Diaz Sanchez

Nombre del profesor: Icel Bernardo Lepe

Nombre del trabajo: Mapa conceptual

Materia: Mercadotecnia

Grado: 5to cuatrimestre

Grupo: A

PASIÓN POR EDUCAR

Frontera Comalapa, Chiapas a 22 de enero del 2023.

Fundamentos de Mercadotecnia

Concepto, naturaleza y antecedentes de la Mercadotecnia

algunos especialistas consideran como la mercadotecnia 1.0 o mercadotecnia tradicional, cuya filosofía se centraba en un esfuerzo de ventas agresivo

La mercadotecnia es una actividad muy dinámica

ya que es la que identifica y selecciona los mercados, las necesidades y los deseos para conocer los segmentos que permiten posicionarse en el mercado meta

Naturaleza de la Mercadotecnia

El punto de partida de la disciplina de la mercadotecnia es determinar las necesidades y deseos humanos. Los seres humanos tenemos necesidades primarias, tales como agua, aire, vestido y vivienda, y necesidades secundarias

Antecedentes

Tanto en México como en otras partes del mundo, la mercadotecnia (marketing) se inició con el intercambio de mercancía y con la comercialización de productos

Época prehispánica

empezó el intercambio (trueque), ya que unos sembraban y otros criaban ganado. Podría decirse que así inicio la mercadotecnia

Importancia, objetivos y funciones de la Mercadotecnia

el crecimiento constante de los mercados genera entre ellas una competencia intensa y sin tregua,

Objetivos de la Mercadotecnia

en la mercadotecnia uno de ellos es lograr la satisfacción de la propia actividad para obtener y generar ganancias a las organizaciones

Objetivos económicos

Volumen de ventas, es un estudio detallado de la sección de ventas netas del estado de pérdidas y ganancias de la compañía

Objetivos de servicio

se busca la satisfacción de las necesidades de los clientes, mediante actividades en las cuales el intercambio del bien físico es accesorio a la transacción misma.

Objetivos sociales

Autorregulación: se refiere a la aceptación voluntaria de los estándares establecidos por entidades no gubernamentales

Conceptos relacionados con la Mercadotecnia

Para ayudar a cumplirlas, la mercadotecnia ofrece productos, servicios e ideas, las cuales logran satisfacer estas necesidades

Tipos de Mercadotecnia

mercadotecnia comercial y mercadotecnia no comercial

Mercadotecnia internacional

es una disciplina que se encarga de diseñar estrategias de comercialización internacional de productos y/o servicios para satisfacer necesidades de los consumidores o de organizaciones en diferentes países o grupos de países.

Mercadotecnia política

tiene por objetivo diseñar estrategias para cultivar la atención, el interés y la preferencia del mercado meta a través de una persona

Interrelación de la mercadotecnia con otras áreas

El personal de mercadotecnia no trabaja en el vacío, aislado de otras actividades de la compañía. Es decir, las acciones de personas en áreas como producción, crédito e investigación y desarrollo pueden afectar los esfuerzos de mercadotecnia de una organización

El ambiente de la Mercadotecnia

Fuerzas y actores externos al marketing que afectan la capacidad de la dirección de marketing para crear y mantener relaciones provechosas con sus clientes meta.

Microentorno

Consiste en Fuerzas cercanas a la empresa: compañía, proveedores, intermediarios de marketing, mercados de clientes, competidores y público que inciden en su capacidad de servir al cliente

Macroentorno

Lo constituyen grandes fuerzas de la sociedad: demográfica, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales que afectan al microentorno