



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Nombre del alumno: Martín de Jesús Aguilar Espinosa

Tema: Generalidades de la Mercadotecnia y su Entorno.

Unidad: 1-2

Asignatura: Mercadotecnia

Profesora: Verónica Marisela Morales Vázquez

Licenciatura: Administración y Estrategia de Negocios

Actividad: Súper Nota

Quinto Cuatrimestre

Fecha: 23 de Enero 2023

Es una herramienta utilizada por las empresas para generar procesos de intercambio de algo de valor.



Declaración de lo que debe lograrse a través de las actividades del marketing.



Permite satisfacer de manera más completa la necesidad de los consumidores.

**Misión, objetivos, ética y metas de la mercadotecnia**

• Misión  
La misión de la mercadotecnia es satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de los consumidores mediante un grupo de actividades coordinadas que al mismo tiempo le permitan a la organización alcanzar sus metas.

Los objetivos deben ser medibles, especificar el marco de tiempo durante el cual deben alcanzarse.



**Aspectos generales de la mercadotecnia**

Proceso de negocios orientado a la satisfacción del cliente.



Crear oportunidades para realizar innovaciones.



Es el proceso de analizar, planificar, implementar y controlar los esfuerzos de la organización.



# ENTORNO DE LA MERCADOTECNIA

Es el que utiliza las mercancías o artículos de compra ya sean bienes o servicios producidos.



Fuerzas cercanas a la empresa: compañía, proveedores, mercado de clientes.



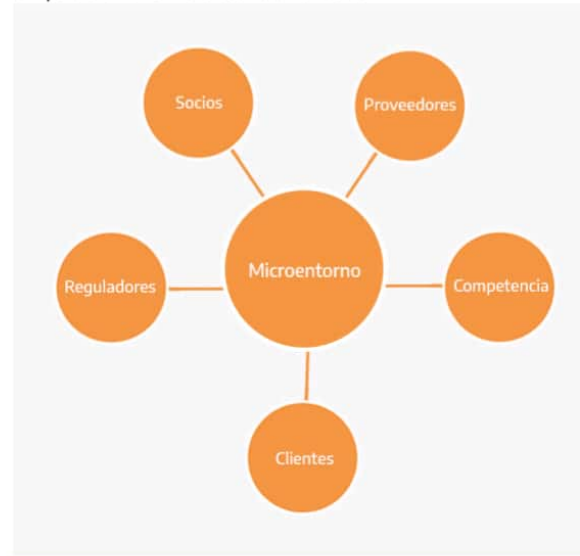
Grandes fuerzas de la sociedad.



Económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales.



Capacidad de servir al cliente



## BIBLIOGRAFÍA:

Antología, Mercadotecnia Unidad 1-2, UDS 2022, Páginas 10-44