



# Mi Universidad

**NOMBRE DEL ALUMNO: Diliany Yamileth Perez Castro**

**TEMA: Fundamentos de mercadotecnia**

**PARCIAL: I”**

**MATERIA: Mercadotecnia**

**NOMBRE DEL PROFESOR: Icel Bernardo Lepe Arriaga**

**LICENCIATURA: Contaduría pública y finanzas**

**CUATRIMESTRE: 5”**

# Fundamentos de mercadotecnia

## Concepto, naturaleza y antecedentes de la Mercadotecnia

La mercadotecnia es una actividad muy dinámica que requiere de audacia, visión y competitividad, 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

Las empresas exitosas de hoy tienen algo en común están muy enfocadas en el cliente y muy comprometidas con el marketing

### 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

## Importancia, objetivos y funciones de la Mercadotecnia

En nuestro país, día con día las empresas enfrentan desafíos sustanciales, el crecimiento constante de los mercados genera entre ellas una competencia intensa y sin tregua, en donde la mejor es la que sobrevivirá tanto a los productos nacionales como a los de importación.

## Tipos de mercadotecnia

A raíz de que las organizaciones han reconocido a la mercadotecnia como una herramienta eficaz para llegar al consumidor final, se ha tenido que diversificar, por lo que en la actualidad existen diversos tipos de mercadotecnia que se aplican según el ámbito, objetivo, función o mercado al que se esté refiriendo

## Concepto relacionado con la mercadotecnia

Para comprender a plenitud la mercadotecnia es necesario identificar una serie de conceptos que están relacionados entre sí y que hacen que se logren los objetivos comerciales de las organizaciones

## En sistema de mercadotecnia de la empresa

La teoría general del sistema de mercadotecnia es un paradigma científico muy útil para comprender la función y alcance de la mercadotecnia

El concepto de "sistema de mercadotecnia" se comprende mejor cuando se estudian las relaciones que hay entre los elementos que lo componen, es decir, funciona como un todo, con armonía entre todas sus áreas

# Fundamentos de mercadotecnia

## 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.

## Proceso de la mercadotecnia

Es el conjunto de pasos a través de los cuales se lleva a cabo la mercadotecnia y cuyo objetivo es la satisfacción integral del cliente

Se divide en dos momentos, de los cuales en el primero se busca crear valor para los clientes y establecer sólidas relaciones con éste, mientras que en un segundo momento la organización obtiene valor de los consumidores en forma de ventas, utilidades, y valor

UNIVERSIDAD DEL SURESTE 34 del cliente a largo plazo

## 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

## Cómo evaluar y controlar el desempeño de la mercadotecnia

Comprender cómo evaluar un Plan de Marketing, incluyendo si estás ofreciendo los mejores resultados posibles puede ahorrarte dinero y ayudarte a asegurar el éxito del Plan de Crecimiento de la Empresa

## La responsabilidad social de la función de Mercadotecnia

Los consumidores son cada vez más conscientes de los problemas sociales y ambientales. Las empresas, grandes y pequeñas, son más responsables de su impacto que nunca, en gran parte debido al internet y las redes sociales, lo que facilita la rápida asimilación de la información y les da voz a todos

## Administración de la mercadotecnia

Definimos la administración de la mercadotecnia como el análisis, la planificación, la puesta en práctica y el control de programas diseñados para crear, desarrollar y mantener intercambios beneficios con compradores meta, con el propósito de lograr los objetivos organizacionales

La administración de la función de marketing inicia con un análisis completo de la situación de la compañía. Esta debe analizar sus mercados y entorno de marketing para encontrar oportunidades atractivas y evitar las amenazas del entorno

## El entorno legal de la mercadotecnia

Se entiende como el conjunto de normas, leyes y disposiciones legales que regulan, orientan y supervisan el cumplimiento adecuado de las actividades propias de mercadotecnia

Los gobiernos que creen en el libre comercio dan la bienvenida a las inversiones extranjeras y a las importaciones. Los que no, restringen las importaciones y las inversiones extranjeras, y están en contra de las empresas con base en el extranjero que están haciendo negocios en sus países

