



## **Mi Universidad**

***Nombre del Alumno:*** Shirley López López

***Nombre del tema:*** Fundamentos de Mercadotecnia

***Nombre de la Materia:*** Mercadotecnia

***Cuatrimestre:*** 5

***Nombre del Profesor:*** Icel Bernardo Lepe Arriaga

***Nombre de la Licenciatura:*** Contaduría Pública y Finanzas

***Lugar y Fecha de elaboración:*** Frontera Comalapa Chis. A 21 de enero del 2024.

# MERCADOTECNIA

Es la forma de vender un producto para satisfacer las necesidades de los seres humanos.

## Naturaleza

Determina necesidad y deseos de los humanos

Se encarga de ofrecer productos y servicios

## Antecedentes

Época prehispánica

Época de la colonia

Época industrial

Época contemporánea

## Objetivos

Lograr satisfacer de la propia actividad para obtener y generar ganancias a las organizaciones.

## Funciones

Investigación de mercado

Estudios de Gustos y necesidad del consumidor

Desarrollo de producto

Adecuado para cubrir los deseos y necesidad

Distribución de producto

Buena elección para distribuir y sea compra del consumidor

Promoción del producto

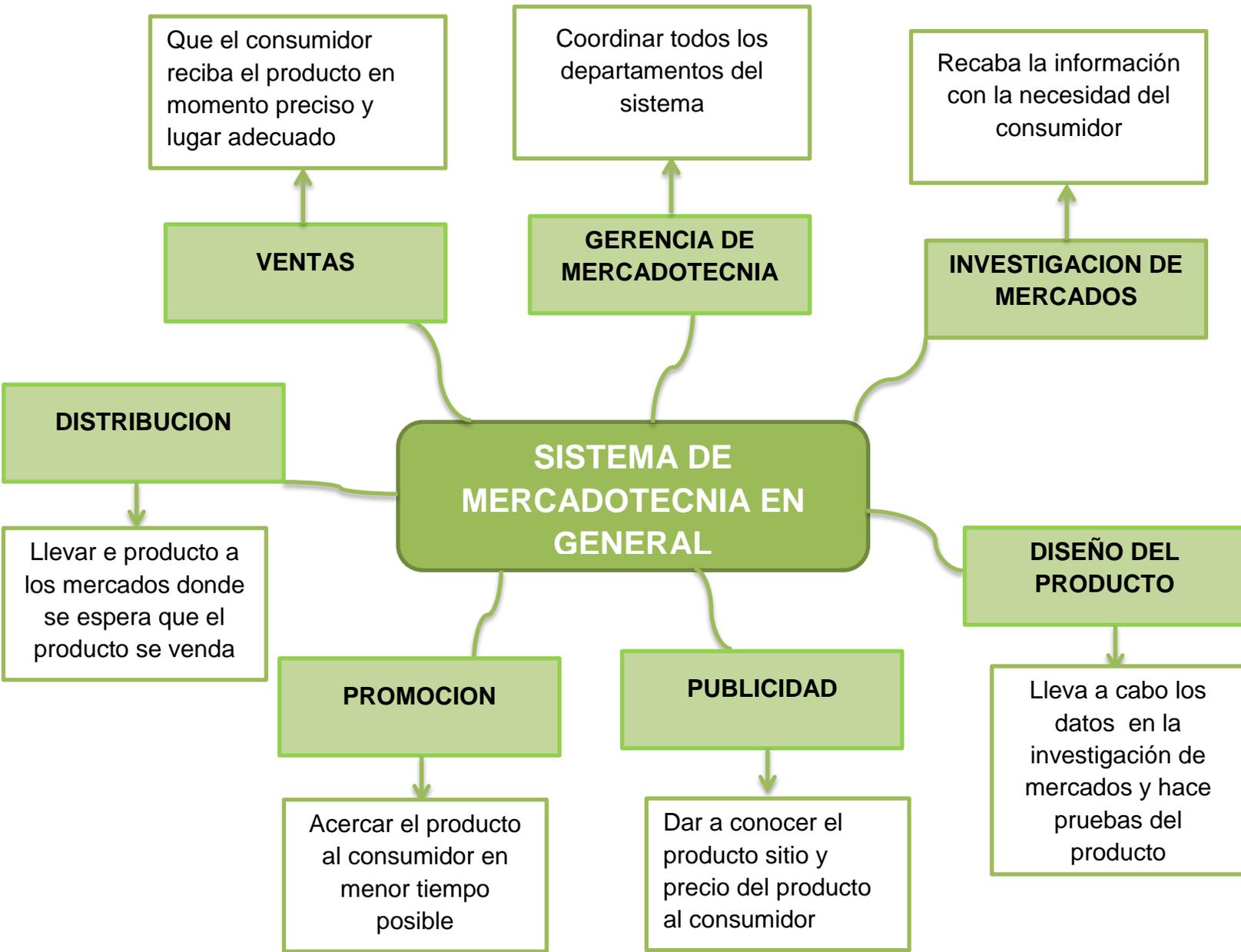
Darlo a conocer a tiempo y forma que sea más atractivo

Venta y precio

Distribución para venta y que sea precio atractivo

Posventa

Si se logró la completa satisfacción del consumidor



# PROCESO DE LA MERCADOTECNIA

## PRIMER PASO

Comprende a fondo las necesidades y deseos de los consumidores

## SEGUNDO PASO

Diseñar una estrategia, tener en claro quiénes son los clientes por atender

## TERCER PASO

Transformar las estrategias de mercadotecnia en valor real

## LAS 4P

### PRODUCTO

Tangible (presentación) e intangible (marca, imagen).

### PRECIO

Valor monetario que se asigna al producto

### PLAZA

Distribución de bienes del productor al consumidor

### PROMOCION

Dar a conocer al consumidor y convencer de adquirirlo

## CUARTO PASO

Establecer relaciones fructíferas, mediante la administración para genera satisfacción y