



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

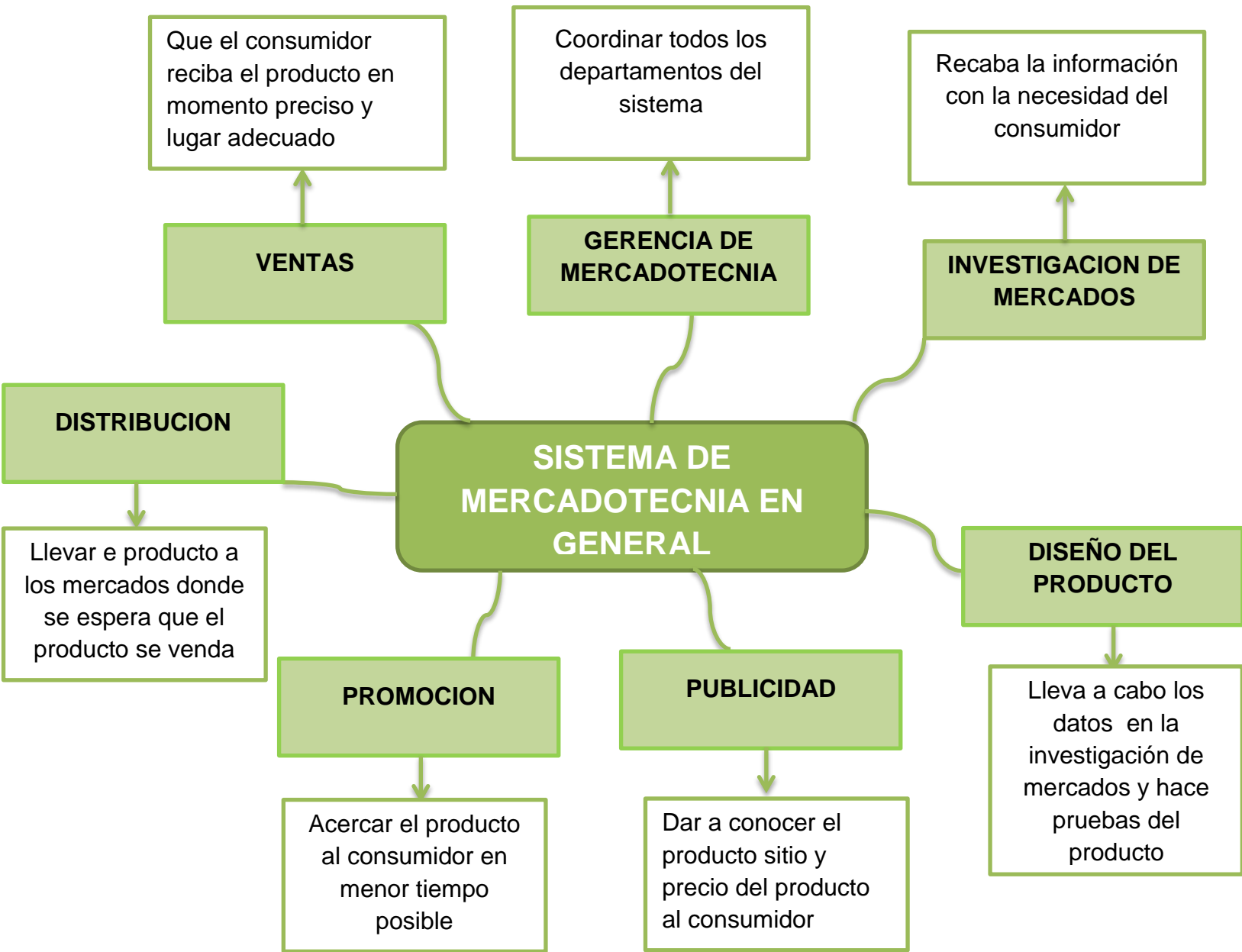
Darlo a conocer a tiempo y forma que sea más atractivo

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