



NOMBRE DEL ALUMNO: MELISSA GIL LOPEZ

PARCIAL: I

NOMBRE DE LA MATERIA: MERCADOTECNIA

NOMBRE DEL PROFESOR: LUCERO DEL CARMEN GARCIA

NOMBRE DE LA LICENCIATURA: ADMINISTRACION Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

CUATRIMESTRE: 5

FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA

1

Concepto de mercadotecnia

Se afirma que la mercadotecnia crea necesidades en su afán de vender los productos y servicios que las empresas ofrecen a los consumidores, sin embargo, se encarga de identificar necesidades de los consumidores.



Funciones de la Mercadotecnia

2



- la investigación de mercado
- El desarrollo del producto
- El desarrollo del producto
- La promoción del producto
- la posventa

3

Tipos de Mercadotecnia

- Mercadotecnia internacional
- Mercadotecnia política
- Mercadotecnia en partidos políticos
- Mercadotecnia electoral
- Mercadotecnia gubernamental
- Mercadotecnia gubernamental enfocada a servicios públicos.
- Mercadotecnia gubernamental orientada al apoyo de la comunidad
- Mercadotecnia de servicios
- Mercadotecnia directa
- Mercadotecnia social
- Mercadotecnia no lucrativa
- Mercadotecnia Verde
- Neuromarketing



Proceso de la Mercadotecnia



En el primer paso: se enfoca en comprender a fondo las necesidades y los deseos de los consumidores

segundo paso: se diseña una estrategia de mercadotecnia impulsada por el cliente, donde se debe tener claro quiénes son los clientes por atender

El tercer paso: es elaborar el programa de mercadotecnia que transforme la estrategia de mercadotecnia en valor real para los clientes, a través de la determinación de las 4 P.

El cuarto paso: tiene por objeto establecer relaciones fructíferas con los clientes, mediante la administración de las relaciones con éstos para generar satisfacción y encanto