



## Súper nota

*Nombre del Alumno: Norma Valeria Rodríguez Galindo*

*Nombre del tema: Fundamentos de mercadotecnia*

*Parcial: 1ª unidad*

*Nombre de la Materia: Mercadotecnia*

*Nombre del profesor: Lucero del Carmen Gracia*

*Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategia de negocios*

*Cuatrimestre: 5to cuatrimestre*

# FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA

## CONCEPTO DE MERCADOTECNIA

El término “marketing” es de origen inglés y deriva de la palabra market. El concepto se usa por primera vez en Estados Unidos en los años 20 y en español puede traducirse como mercadotecnia, mercadeo y comercialización. Una filosofía de negocio multidisciplinaria, con un extenso material de estudio que pone al consumidor y a la satisfacción de este como objetivo central.

## FUNCIONES DE LA MERCADOTECNIA

1. Investigación de mercado: consiste en realizar estudios sobre los gustos o necesidades de los consumidores, que ayuden o faciliten la práctica de la disciplina de la mercadotecnia. 2. Desarrollo del producto debe ser el adecuado para cubrir los deseos y/o las necesidades de los consumidores. 3.

Distribución del producto desempeña un papel fundamental en el proceso, ya que un buen producto sin un adecuado sistema de distribución no cumplirá con los objetivos para lo que fue desarrollado.

4. Promoción del producto refiere a darlo a conocer en tiempo y forma, tal vez con algún descuento que lo haga más atractivo.

5. Una vez distribuido el producto debe ser puesto en el punto de venta con una eficiente distribución y con un buen plan acompañado de publicidad y un precio atractivo. 6. posventa, en la que se debe captar si se logró la completa satisfacción del cliente o consumidor, tal vez con una encuesta conocer la imagen que el producto generó al ser adquirido y probado, y sobre todo si cumplió las expectativas creadas por la mercadotecnia en el cliente.



## TIPOS DE MERCADOTECNIA

**Mercadotecnia internacional:** Se encarga de diseñar estrategias de comercialización internacional de productos y/o servicios.

**Mercadotecnia política:** Diseñar estrategias para cultivar la atención, el interés y la preferencia del mercado a través de una persona.

**Mercadotecnia de servicios:** Parte de las características básicas de los servicios para establecer las estrategias de gestión comercial.

**Mercadotecnia directa:** Es una disciplina de comunicación uno a uno que, a través de distintos medios herramientas, provoca una reacción de respuesta inmediata y mediable.

**Mercadotecnia social:** Sirve a la causa de las organizaciones no gubernamentales, al proporcionarles herramientas para lograr mayores donativos y aportaciones.

**Mercadotecnia verde:** Está enfocada en empresas con objetivos generalmente son ecológicos o tiene un impacto en el medio ambiente

**Neuromarketing:** Estudia el comportamiento humano considerando la forma en la cual el cerebro toma decisiones de compra de los clientes.



## PROCESO DE MERCADOTECNIA

Se divide en dos momentos, de los cuales en el primero se busca crear y 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 del cliente a largo plazo.

1er paso. Se enfoca en comprender a fondo las necesidades y deseos de los consumidores.

2do paso. Se diseña una estrategia de mercadotecnia el estudio exhaustivo de los clientes y del mercado.

3ro paso. Elabora el programa de mercadotecnia que transforme la estrategia de mercadotecnia en valor real para los clientes.

4to paso. Establecer relaciones fructíferas con los clientes, mediante la administración de las relaciones con estos generar satisfacción y encanto.



## REFERENCIAS

UDS (2024) ANTOLOGIA MERCADOTECNIA

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LAN/c1c2913681932421e31457ef13b478d1-LC-%20LAN503%20MERCADOTECNIA.pdf>