

FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA



1.1 CONCEPTO DE MERCADOTECNIA

Sistema global de actividades de negocios proyectada para planear, establecer el precio, promover y distribuir bienes y servicios que satisfacen deseos de clientes actuales y potenciales.

*STANTON(2013)



1.2 FUNCIONES

- INVESTIGACION DE MERCADO. Consiste en realizar estudios sobre los gustos o necesidades de los consumidores.
- DESARROLLO DEL PRODUCTO. Debe ser el adecuado para cubrir los deseos y/o las necesidades de los consumidores.
- DISTRIBUCION DEL PRODUCTO.
- PROMOCION DEL PRODUCTO. Darlo a conocer en tiempo y forma.
- POSVENTA. Se debe ser el adecuado para cubrir los deseos y/o las necesidades de los consumidores.



1.4 TIPOS DE MERCADOTECNIA

MERCADOTECNIA COMERCIAL DE BIENES: Parte especial de la mercadotecnia que las empresas con fines de lucro aplican a los bienes que ofrecen.

MERCADOTECNIA RELIGIOSA: Comunica y difunde actividades que realizan instituciones u organismos con fines religiosos.

MERCADOTECNIA COMERCIAL DE SERVICIOS: La aplican las empresas con fines de lucro a los servicios que ofrecen.

MERCADOTECNIA POLITICA: Conjunto de conceptos y procesos que facilitan la interrelacion entre quienes buscan el poder y la sociedad objeto del gobierno.

MERCADOTECNIA SOCIAL: Es el diseño, implementacion y control de programas, dirigidos a incitar la aceptacion de ideas sociales.



1.9 PROCESO DE LA MERCADOTECNIA

1. Necesidades y deseos de los consumidores.
2. Estrategia de mercadotecnia impulsada por el cliente.
3. Elaboracion del programa de mercadotecnia.
4. Establecer relaciones con los clientes, para generar satisfaccion, con apoyo de las perosonas encargadas de la mercadotecnia.
5. Aprovechar las relaciones forjadas con los clientes.

