



Mi Universidad

Mapa conceptual

Nombre del Alumno: Dulce Yuridia Jimenez Ozuna.

Nombre del tema: Unidad I

Parcial: 1er parcial

Nombre de la Materia: Mercadotecnia.

Nombre del profesor: Valeria Jaquelin espinosa López.

Nombre de la Licenciatura: Contaduría pública y finanzas.

Cuatrimestre: 5° cuatrimestre

Concepto naturaleza y antecedentes de la mercadotecnia

Las actividades que realiza un negocio, para dirigir el flujo de bienes y servicios hacia el consumidor.



La mercadotecnia tiene dos tipos como mercadotecnia I.O y mercadotecnia tradicional, la mercadotecnia tradicional tiene el proceso de capacidad de producción, manufacturera del producto y consumidor.

Philip Kotler dice que la mercadotecnia es una ciencia y arte de explorar, crear y entregar para poder satisfacer las necesidades.

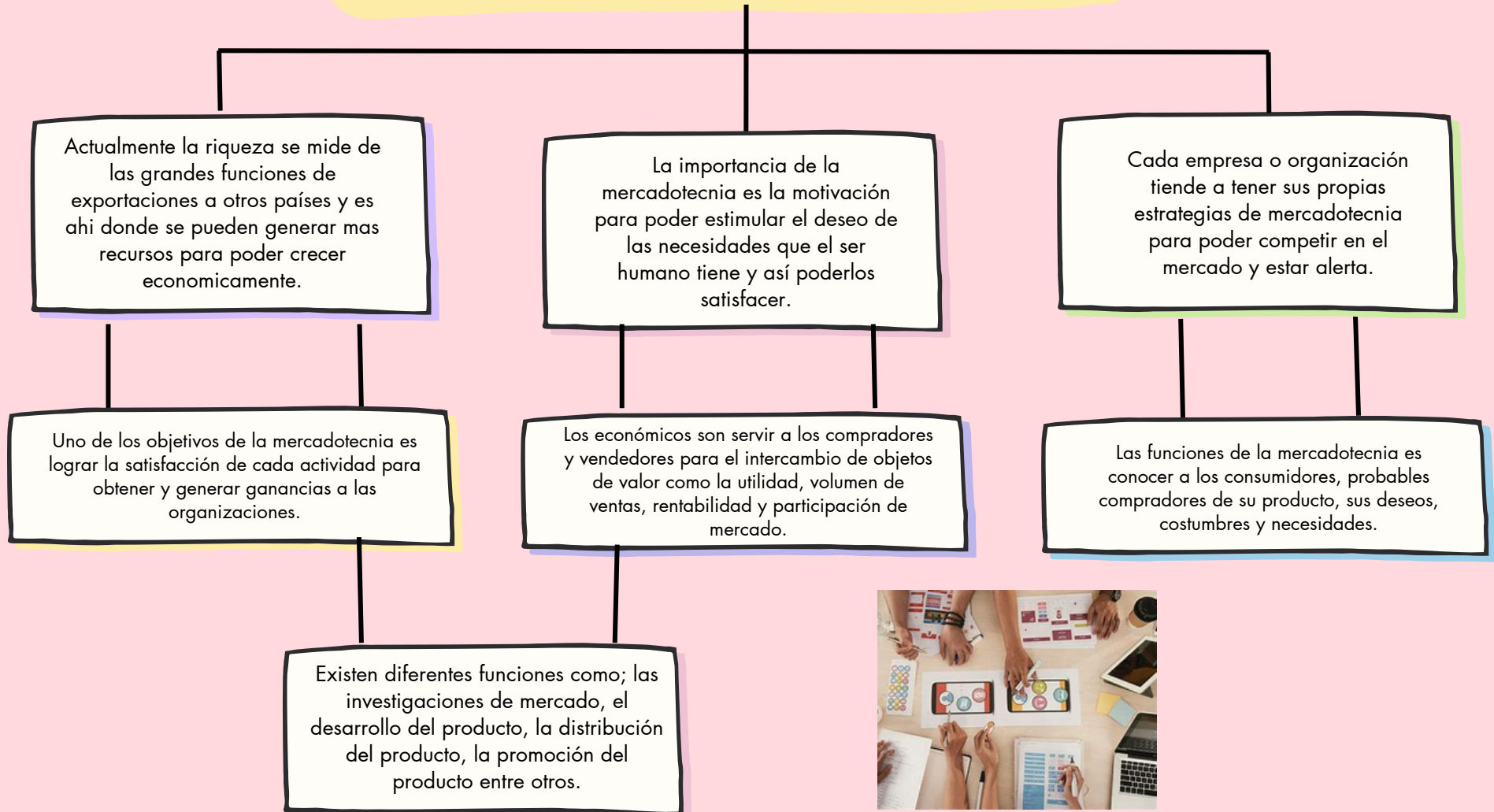


J staton define que es sistema para las actividades de un negocio para poder planear productos y satisfacer las necesidades.

Estos autores con staton philip coincidieron como una sola definición y contemplan las 4 actividades básicas, que son; el precio, la promoción, la distribución y el producto.



IMPORTANCIA, OBJETIVOS Y FUNCIONES DE LA MERCADOTECNIA



CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA MERCADOTECNIA.

Las necesidades es todo aquello que es indispensable para poder satisfacer las necesidades que se desarrolla día a día .

El intercambio son las cosas que se realizan con los productos como bien lo dice son el intercambio de bienes y servicios a cambio de dinero.

La demanda se refiere a los deseos que manifiestan el gran numero de consumidores y forman de productos o servicios para abastecer cada uno de ellos.

El deseo es el anhelo para poder satisfacer una necesidad, comprar ejemplo comprar una motocicleta o bien un bolso.

El proveedor es toda aquella persona que se encarga de abastecer o proveer cada uno de las cosas que son indispensables para la sociedad.



El consumidor es toda aquella persona que puede comprar o algun servicio para poder satisfacer las necesidades de cada dia y es fiel a los productos.

La oferta representa la cantidad de bienes y servicios como las empresas o organizaciones que venden al mercado a un precio determinado.

TIPOS DE MERCADO

Existen 4 tipos de mercado

El mercado se considera como consumidor a la persona u organización que tiene interés para comprar o adquirir un producto.



1. mercado de consumo, son los mercados que realizan transacciones de bienes y servicios para el consumo de sus necesidades y sus gustos.

2. mercado de producto/industrial, son los mercados que son planeados y son mas sencillos ya que cotizan con los proveedores.

3. mercado de revendedores, son los mercados que adquieren una cierta cantidad de bienes y servicios a muy bajo precio y pueden revenderlos para poder generar una gran cantidad de utilidades.

4. mercado de gobierno, son los materiales, equipos y servicios como; combustibles, ropa para poder percibir una ganancia o lucro.

EL SISTEMA DE MERCADOTECNIA EN LA EMPRESA



Es un sistema que genera y define las relaciones del intercambio entre instituciones de producción y consumo.

Funciona como un todo para diferentes áreas para poder integrar el conocimiento de las necesidades del consumidor, el diseño, almacenamiento, distribución y venta de satisfactor.

La investigación de mercado, como bien el nombre lo dice es encargado de identificar las necesidades y deseos del consumidor necesita.

En el punto de vista de mercadotecnia se clasifica que el primero es el consumidor y luego ya es el producto.

En el área de venta nos dice que primero es el producto y después es el consumidor.

Los subsistemas se clasifican:

1. planeación comercial.
2. dirección comercial
3. distribución comercial
4. información comercial.





Interrelación de la mercadotecnia con otras áreas.



La gerencia interna de mercadotecnia toma en cuenta el ambiente interno así como: la alta gerencia, finanzas, investigación y desarrollo de fabricación y contabilidad.

Cada uno de los gerentes deben integrar y coordinar cada una de las funciones de la mercadotecnia para poder llegar a los objetivos que esta misma tiene.

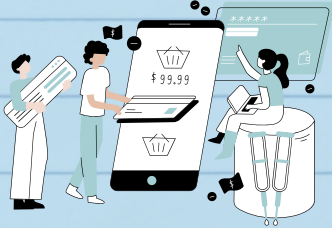
Tener bien coordinado las relaciones de trabajo para que la empresa o organización pueda coordinar y tenga productividad, competitiva y la clase mundial.

Se relaciona con RH, como dice Kotler, hoy se desarrolla el sistema de comunicación persuasiva, que nos permite dar con los clientes y potenciales.

Para que la mercadotecnia pueda funcionar de manera eficiente, es necesario que trabaje en conjunto con otras áreas funcionales de la empresa, como finanzas, operaciones, recursos humanos y producción.



El ambiente de la mercadotecnia



Son los factores externos que afectan la capacidad de dirección de marketing para crear y poder recibirlos como clientes meta.

El microentorno: son las compañías, proveedores, intermediarios de marketing mercados de clientes, competidores y de diferentes publicas.

La macroentorno constituye una sociedad demográfica, económica, naturales, tecnologías, políticas y culturales.

La micro influencias son los proveedores o intermediarios de cada marketing o de los mismos clientes.



La microambiente externo son las oportunidades y actividades como:

1. La demografía
2. las condiciones económicas
3. la competencia
4. las fuerzas sociales y culturales

Fuente bibliográfica:

<http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2012/administracion/3/1346.pdf>
<https://dmd.unadmexico.mx/contenidos/DCSA/BLOQUE1/MI/02/IFME/U1/descargables/F>

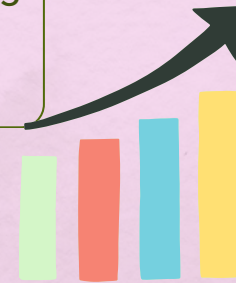
ME_U1_Contenido.pd

ADMINISTRACION DE LA MERCADOTECNIA

Es el análisis, la planificación, la política, el control de programas diseñados para crear, desarrollar y mantener los intercambios de los beneficiarios.

El proceso de administración de marketing consiste en una buena planeación implementación y evaluación del marketing

La compañía de marketing necesita desarrollar planes estratégicos necesitamos un análisis etc.



PROCESO DE MERCADOTECNIA

Es un conjunto de pasos que lleva a cabo la mercadotecnia para poder abastecer las necesidades de todos los clientes.

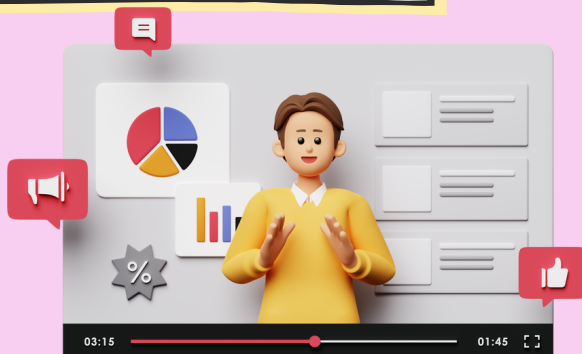
El precio es un valor monetario para los factores de producción, competencia y promoción.

Se divide en dos: 1. busca crear valor a los clientes.
2. consumidores de ventas, utilidades y valor.

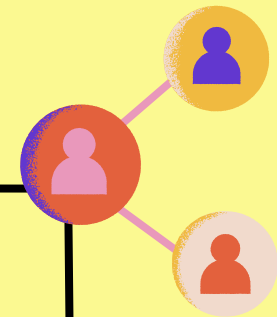
La plaza es la logística para transferencia de los medios de comunicación.

El producto es el conjunto de atributos para poder satisfacer las necesidades intangibles o tangibles.

La promoción da a conocer el consumo del producto y convence para adquirirlo más rápido.



COMO EVALUAR Y CONTROLAR EL DESEMPEÑO DE LA MERCADOTECNIA



Es el esfuerzo de comercialización para poder mejorar y controlar el marketing y un buen proceso para llevarlo a cabo.

Reacción del mercado: son las acciones de los competidores para poder saber el éxito que tendrán o así también el fracaso es desarrollar un plan eficientemente.

Respuesta de clientes: son las respuestas que tiene el cliente así como los servicios que dan o los esfuerzos que hacen para el cliente tenga un buen desempeño y logre impactarlos.

Rendimiento de las ventas es un margen de beneficios que permite a las empresas obtener una buena relación con las ventas a demás de tenerlos balanceados.

El costo por adquisición es el importe pagado por los gastos que esta genera de un nuevo cliente o así también competidor.

Retorno de inversión es un indicador para evaluar la rentabilidad de una inversión para la base del capital para tener un beneficio.

tener un análisis y un control para tener el cumplimiento de las actividades para así tener en orden y buen organizado para no tener riesgo de un factor de utilidad.



Fuente bibliográfica:

<http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2012/administracion/3/1346.pdf>
https://dmd.unadmexico.mx/contenidos/DCSA/BLOQUE1/MI/02/IFME/U1/descargables/ME_U1_Contenido.pdf

EL ENTORNO LEGAL DE LA MERCADOTECNIA



El entorno legal de la mercadotecnia es un conjunto de normas, leyes y disposiciones legales para tener el cumplimiento para todas las actividades de la mercadotecnia.

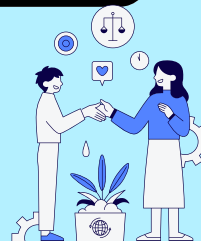
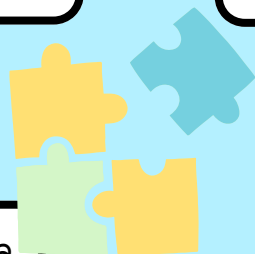
Cumplir la ley es la que es mas responsable de la mercadotecnia como regular las nomas para se mas responsables y así poder las cumplir en las diferentes departamentos.

La reforma legislativa es una modificación a cambio de las normas jurídicas o bien sea la regulación de alguna situación jurídica.

Código civil es el requisito para la formación de un contrato, tiene validez de un acto negocio por medios electrónicos, es también un documento que reúne un conjunto de normas para personas físicas, jurídicas entre otras.

Código de comercio, es un conjunto de normas, criterios y principios del derecho mercantil para poderlos regular, como las empresas de carácter comercial, operaciones de cambio entre otros.

Ley federal de protección al consumidor son las disposiciones relativas a la información y publicidad de bienes y servicios que ofrecen al consumidor y le da a conocer información sobre los términos, condiciones, costos, cargos adicionales así como también de pagos de bienes y servicios.



Fuente bibliográfica:

<http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2012/administracion/3/1346.pdf>
https://dmd.unadmexico.mx/contenidos/DCSA/BLOQUE1/MI/02/IFME/U1/descargables/IFME_U1_Contenido.pdf

La responsabilidad social de la función de mercadotecnia



Los consumidores son los más conscientes con los problemas sociales y ambientales en casa de empresas, grandes o pequeñas les impacta que en algún lugar cuesta para llegarles la información.

La RSE como herramienta de marketing en un negocio para poderles llegar al público para que los consumidores compren más.

Así como también tiene el compromiso para el bienestar en la sociedad para poder considerar el impacto y las consecuencias que este tiene.

En algunos casos las empresas que ponen más atención en impactos ecológicos y sociales y es ahí donde reportan una gran ganancia y un gran crecimiento.

Las empresas que demuestran una responsabilidad social para poder realizar las actividades sin dañar a otra, tienden a tener más éxitos.

