

FUNDAMENTO DE MERCADOTECNIA

La primera etapa de la mercadotecnia en año 1935 conceptualiza a la mercadotecnia como (la actividad que realiza un negocio ,para dirigir el flujo de bienes y servicios hacia el consumidor

El término (marketing)es de origen inglés y se deriva de la palabra market y en español se puede traducir como mercadotecnia ,mercadeo y comercialización !!

La mercadotecnia 2.0 engloba las cuatro actividades básicas del proceso del marketing ,la promoción,la distribución ,el precio y el producto así mismo la satisfacción de las necesidades y deseos del cliente

La mercadotecnia es una actividad muy dinámica ,que requiere audacia, competitividad y vicio ya que es la que indentifica y selecciona mercados

Se considera como la mercadotecnia 1.0 o mercadotecnia tradicional ,se encuentra en el esfuerzo de ventas agresivo ,con lo cual se intentaba mover los productos del fabricante hacia los consumidores !!

Naturaleza de la mercadotecnia

El marketing puede producirse en cualquier momento en que una persona o una organización se afana por intercambiar algo de valor con otra persona u otra organización

Las empresas de hoy tienen algo en común ,están muy enfocadas en el cliente y muy comprometidas con el marketing

consiste en actividades ideas para generar y facilitar intercambios con la intención de satisfacer necesidades ,deseos humanos y de organización

algunos especialistas afirman que las empresas no venden productos o servicios ,si no que satisfacen necesidades

es importante conocer las necesidades de los consumidores y satisfacerla en un grado razonable

1. el efecto de servir a compradores y vendedores en el marketing de elemento clave es el intercambio ,mediante el cual se cambian objetos de valor

Todas las actividades persiguen un objetivo ,en la mercadotecnia es satisfacción de la.poepia actividad para obtener y generar ganancias a las organizaciones

