



Mi Universidad

MAPA CONCEPTUAL

Nombre del Alumno: *Leticia mayo López*

Nombre del tema: *fundamentos de mercadotecnia.*

Nombre de la actividad: *mapa conceptual*

Nombre de la Materia: *mercadotecnia*

Nombre de la profesora: *Valeria Jaquelin espinosa López.*

Nombre de la Licenciatura: *Administración y Estrategias de Negocios.*

Cuatrimestre: *5°cuatrimestre.*

Fecha de entrega: *23/01/2024*

naturaleza y antecedentes d la mercadotecnia
marketing es de origen ingles y deriva de la
palabra market.
la primera etapa de la mercadotecnia en el año
1935 conceptualiza a la mercadotecnia como:

las actividades que realiza un
negocio, los bienes y servicios
hacia el consumidor.

- Capacidad de producción
- Manufactura del producto
- Esfuerzo de ventas agresivo
- Consumidores

diseñar nuevas estrategias para perseguir
los objetivos.
lograr posicionar un producto a una
marca en la mente de los consumidores.

aumento de ventas, obtener mas
ganancias, alanzar una mayor
participacion de mercado.

- Conceptos que relacionan con la mercadotecnia**
- Necesidades consumidor
 - Transacción calidad
 - Proveedor satisfacción total
 - Deseo valor para el cliente
 - ofertar motivo

tipos
mercadotecnia socail
mercadotecnia masiva
mercadotecnia personalizada
mercadotenia comercial

se clasifica de la mercadotecnia de comercial y no
comercial como politica, religiosa, bienes y causas
socales.

sistema de mercadotecnia
son las relaciones que hay entre
los elemento que lo componen.

o bien el diseño produccion y el
consumo,almacenamiento,
distribucion y venta.

interrelacion con otras areas
toma en cuenta su ambiente interno
formado por grupos dentro de la
compañia, como la alta gerencia, finanzas,
investigacion, y desarrollo de la
contabilidad.

comocimiento de otras areas y
los comina para la mejor
compresion de los clientes.

