



**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.

