



Nombre del alumno : Ximena Adyelen Trujillo Solís.

Nombre del profesor: Aldo Irecta Nájera

Nombre del trabajo :Importancia, objetivos y funciones de la Mercadotecnia

Parcial: 1

Materia : Mercadotecnia

Grado: 5 cuatrimestre.

Licenciatura: Administración y Estrategias de negocios.

Comitán de Domínguez, Chiapas a 20 de Enero de 2025.

1.2. IMPORTANCIA, OBJETIVOS Y FUNCIONES DE LA MERCADOTECNIA

IMPORTANCIA

- 1. Identificar oportunidades de mercado:** Analizar el entorno y detectar oportunidades para innovar y diferenciarse.
- 2. Diseñar estrategias efectivas:** Desarrollar planes de marketing que se adapten a las necesidades del mercado y los objetivos de la empresa.
- 3. Mejorar la competitividad:** Ayudar a las empresas a mantenerse competitivas en un entorno dinámico y cambiante.



1

FUNCIONES

- 1. Investigación de mercado:** Recopilar y analizar datos sobre el mercado, los consumidores y la competencia.
- 2. Desarrollo de productos:** Crear productos que satisfagan las necesidades y deseos de los consumidores.
- 3. Distribución:** Garantizar que los productos estén disponibles en el lugar y momento adecuados.
- 4. Promoción:** Comunicar los beneficios y valores de los productos a los consumidores.
- 5. Venta:** Convencer a los consumidores de que adquieran los productos.
- 6. Posventa:** Evaluar la satisfacción del cliente y mejorar los productos y servicios.



2

OBJETIVOS

- 1. Satisfacción del consumidor:** Entender y cubrir las necesidades y deseos de los consumidores.
- 2. Objetivos económicos:** Maximizar la utilidad, el volumen de ventas, la rentabilidad y la participación de mercado.
- 3. Objetivos de servicio:** Proporcionar un servicio que satisfaga las necesidades de los clientes y genere lealtad.
- 4. Objetivos sociales:** La acelerada evolución de la modernidad ha generado problemas sociales importantes como la pobreza, alcoholismo, drogadicción, analfabetismo, entre otros. La mercadotecnia no se ha mantenido ajena a esta realidad, pero ha aplicado sus herramientas para atender estos problemas a través de las empresas.



3

MERCADOTECNIA

Es una disciplina fundamental en el ámbito empresarial que se enfoca en la satisfacción de las necesidades de los consumidores, identificando oportunidades de mercado y diseñando estrategias para aprovecharlas.



4

BIBLIOGRAFÍA

UDS antología(2025) Mercadotecnia

5

