



Nombre del alumno : Ximena Adyelen Trujillo Solís.

Nombre del profesor: Aldo Irecta Nájera

Nombre del trabajo: Mercadotecnia concepto y naturaleza

Parcial: 4.

Materia : Mercadotecnia

Grado: 5 cuatrimestre.

Licenciatura: Administración y Estrategias de negocios.

Comitán de Domínguez, Chiapas a 28 de Marzo de 2025.

Mercadotecnia

1

Concepto de plan de mercadotecnia

Un plan de Mercadotecnia es un documento que establece los objetivos, estrategias y tácticas para alcanzar los objetivos de marketing de una empresa. Su objetivo es desarrollar un plan integral que coordine todas las actividades de marketing para alcanzar los objetivos de la empresa.



2

Naturaleza del plan de mercadotecnia

El plan de Mercadotecnia es un documento dinámico que se actualiza periódicamente para reflejar los cambios en el mercado, la competencia y las necesidades de la empresa. Debe ser flexible y adaptable para responder a las oportunidades y amenazas del mercado.



3

Contenido del plan de mercadotecnia

1. Análisis de la Situación: Análisis del mercado, la competencia, los clientes y la empresa.
2. Objetivos de Marketing: Establecimiento de objetivos específicos, medibles y alcanzables.
3. Estrategias de Marketing: Desarrollo de estrategias para alcanzar los objetivos, como la segmentación, la posición y la promoción.
4. Tácticas de Marketing: Desarrollo de tácticas específicas para implementar las estrategias, como la publicidad, el marketing digital y las ventas.
5. Presupuesto y Recursos: Establecimiento del presupuesto y los recursos necesarios para implementar el plan.
6. Plan de Acción: Establecimiento de un plan de acción para implementar el plan de Mercadotecnia.
7. Seguimiento y Evaluación: Establecimiento de un sistema para seguir y evaluar el progreso del plan y hacer ajustes necesarios.

