

3
Bloque

PRACTICAS.

Nombre: César Alejandro Cardona García.

Definición de Mercadotecnia.

Debido a la reciente aparición de la mercadotecnia como actividad comercial profesionalizada, no existe todavía una definición universalmente aceptada que describa de manera completa y concisa su tarea.

A lo largo de los años han aparecido diversas definiciones de mercadotecnia, algunas de las cuales parten del concepto de intercambio. Entendemos por intercambio el consentimiento entre dos personas para recibir, un bien o un servicio a cambio de otro, que puede ser dinero, sin embargo, puede existir intercambio entre productos que son considerados de igual valor.

La mercadotecnia es el proceso de planeación, ejecución y conceptualización de precios, promoción y distribución de ideas.

Nombre: César Alejandro Cardona
Carda

La mercadotecnia es un sistema global de actividades de negocios proyectadas para planear.

La mercadotecnia: una filosofía.
Si usted acepta la definición de mercadotecnia destacada en el recuadro anterior, entonces también compartirá la apreciación de que la mercadotecnia se ha venido convirtiendo a pasos agigantados en una filosofía organizacional. Los directivos se preocupan cada vez más con la mercadotecnia y promueven esfuerzos importantes por implantarla en toda la organización.

Evolución de la mercadotecnia.
La práctica de la mercadotecnia a lo largo de su historia, así como las diferentes actividades que las organizaciones han instaurado, determina definiciones, orientaciones y generaciones específicas en su evolución, entre las-

Nombre: César Alejandro Cardona
García.

Orientaciones A la producción.

Esta orientación administrativa enfoca los objetivos comerciales de la organización hacia adentro, específicamente a la capacidad productiva. Se trata de una orientación propia de la década de 1950 en México y, por su puesto, coincide con la mercadotecnia masiva. Durante dicha época, la preocupación de las organizaciones se limitaba a producir, ya que la demanda superaba a la oferta. En este sentido, las premisas acerca de los consumidores en este tipo de orientación.

Orientación a las ventas.

Este tipo de orientación administrativa se utiliza como medida urgente cuando las ventas se detienen por estar ancladas en

Nombre: César Alejandro Cardona
García.

una orientación que no da
resultado. Se trata de una orienta-
ción que en su momento fue
efectiva - tal vez por la década
de 1980, cuando las zonas
residenciales empezaron a desarrollar-
se en la ciudad de México. Las
premisas de esta orientación
respecto al consumidor.

Orientación Al consumidor.

Orientación administrativo que
sostiene que la tarea clave de
la organización consiste en determinar
las necesidades, deseos y valores de
un mercado meta, con el objeto
de adaptarse al suministro de los
satisfactores deseados de un modo
más eficiente y adecuado que sus
competidores. Las premisas comerciales
en las que descansa la orientación
al consumidor o concepto de marca.

Nombre: César Alejandro Cardona
García.

Orientación a la mercadotecnia.

Esta nueva filosofía no sólo busca la satisfacción de los deseos y necesidades de los consumidores, ya que muchas veces dichos deseos pueden ser perjudiciales para la salud del individuo y para el ambiente en general, por ello actualmente se busca que los productos ofrecidos preserven o mejoren los intereses de la sociedad a lo largo plazo, lo cual incluye una búsqueda constante de mejorar los intereses de la sociedad. El concepto de mercadotecnia social no es una simple definición, sino una forma de pensar o una filosofía de dirección que repercute no sólo en las actividades de la mercadotecnia sino en todos los elementos o departamentos integrantes de la empresa.

Nombre: César Alejandro
Cardona García.

Marketing

