

III
Unidad

P

r

a

c

t

o

i

c

a

Mercadotecnia

Definición:

Existen muchas teorías acerca de qué es Mercadotecnia pero todas parten del intercambio de bienes y servicios, ahora que es el intercambio? Es le damos a otra persona un bien ya sea para recibir dinero o servicios del mismo valor.

La mercadotecnia también puede definirse como el proceso en donde se planea, ejecuta y se fijan los precios, promoción y la distribución de mercancías a modo de satisfacer objetivos.

También son actividades de negocios para planear, promover y distribuir bienes y servicios que satisfacen al cliente.

Philip Kotler decía que la mercadotecnia es aquella actividad que se lleva a cabo para satisfacer las necesidades y deseos por medios de intercambios.

Siguiendo

Estas definiciones pueden estar en lo correcto según los teóricos y prácticos, pero la mayoría de estas se centra en decir que la mercadotecnia se basa en operaciones mercantiles y que puede

Melanie de Ritz
oto. Admon

Tarea #1

realizarse en organizaciones no lucrativas.
Otro dice que en actividades de negocio
para planear, establecer el precio, promover
y distribuir bienes y servicios.

El punto principal en el que se basa la
mercadotecnia es determinar las necesidades
y deseos humanos. Pues el hombre busca
satisfacer sus necesidades de la vida diaria
y en eso se basa la mercadotecnia,
en cumplir con sus necesidades.

Existen una gran variedad de mercadotecnia
comencemos con la primera; 6. Mercadote-
cnia masiva.

Comento en las decadas 1940 y 1950. Se
llama masiva porque antes todo iba dirigido
a la población, toda en general y se
desarrollaba por medio de los medios
de comunicación.

La mercadotecnia de segmentos.

En la década de 1960 fue una etapa de
cambios para la humanidad porque
la liberación femenina vino a provocar
un gran cambio en cuanto a las
actividades, así que tuvieron que

Tarea #1

Melanie de Paz
bto. Admón

Crear otras actividades para distintos segmentos

Mercado técnica de nichos: Comenzo en la década de 1980 en Mexico, en este entonces habia una crisis financiera entonces los clientes se unian con sus proveedores siempre que estas cumplieran sus expectativas.

Mercado técnica personalizada: Inicio en la década de 1990. Comenzo por los avances de la tecnología en la administración ya que consistia en la conducta de compra de los consumidores.

Orientación a la producción
Para una organización orientada hacia la producción, la mejor estrategia sin duda es mantener en crecimiento la producción y reducir costos.

Orientación hacia el producto:
La mejor estrategia es trabajar alrededor de la calidad.

Orientación a las ventas.
Se necesita crear un poderoso departamento de ventas.

Tarea #1

Melanie de Paz
oto. Admón

Orientación al consumidor
La clave está en determinar las necesidades, deseos y valores de un mercado meta, para establecerse de manera clara la orientación al consumidor.

Orientación al ambiente
reconoce que tiene diferentes tipos de clientes, es decir, otros auxiliares que tienen expectativas acerca de la organización; por eso tiene que tener varias categorías.

2. ¿Cuál es la misión de la mercadotecnia?

Consiste en satisfacer las necesidades, deseos y expectativas del cliente mediante un grupo de actividades coordinadas que permiten lograr nuestras metas.

Por eso, las organizaciones deben estar con claridad las necesidades y deseos entando al producto que comercializaran para poder cubrir dichas expectativas.

Y como medio se utilizan los medios de comunicación, la publicidad, para crear una imagen positiva.

Tarea #1

Mellani ablat

lto. Admin

Objetivos de la mercadotecnia

Son dos objetivos específicos; ganar mercado. esto sirve para conseguir un crecimiento rápido y sin mucho riesgo.

El segundo. es generar ventas mediante la demanda va aumentando las ganancias tienen que ser mayores.

Ética:

Se basa en seguir todos los pasos necesarios para poder brindar un buen servicio o producto y una buena atención.

Según el código de ética dice que un mercadólogo tiene como responsabilidad tomar la veracidad de sus actos y asegurar sus decisiones y por lo tanto deben estar concientes a no hacer daño.

Una manera de demostrar ética puede ser, adherirse a todas las leyes y reglamentos establecidos. También la honestidad y justicia.

En el área administrativa, si presentan algún riesgo de ben presentarlo, en tal publicid

Tarea #1

Melania Cruz

6to Admón

entre estas y otras responsabilidades para cumplir con la ética.

Metas:

No solamente llegar a hacer los productos, sino identificar las modificaciones que se requieren con el fin de mantenerlas actualizadas de acuerdo con los deseos del cliente.

Para lograr los objetivos deben coordinarse todas las actividades de la organización.

Importancia de la mercadotecnia

Es importante porque contribuye a la venta de los productos de una organización y permite satisfacer las distintas necesidades del consumidor.

Funciones de la mercadotecnia.

Investigar el mercado significa conocer quienes son nuestros consumidores o clientes potenciales, identificar sus características donde compran, por qué.

Promocional: Dar a conocer nuestro

Tarea #1

Melanie de la
foto Admón

producto a través de medios de comunicación, folletos, regalos.

Decisiones sobre el producto: Se refiere al diseño de producto que satisficiera las necesidades del grupo para el que fue creado.

Decisiones de precios: Seleccionar un precio que sea accesible y justo para las necesidades de la organización y del mercado.

Venta: Se permite recibir todas las cosechas que genera en los clientes nuestro esfuerzo de las actividades anteriores.

Distribución y plaza: Establecer las bases en la que el producto llegara del fabricante al consumidor, como transporte, almacenaje, con el fin de proporcionar el manejo de materiales, transporte al mejor precio, en el mejor lugar y al menor tiempo.

Preventa.

Asegurar la satisfacción de necesidades a través del producto.

Mellanie de Par
Coto. Pádon
Tarea #1

Mapa

Funciones

Investigación de mercado

Realizar estudios para tener información que sea fácil de usar, en la mercadotecnia, necesitamos saber quienes son o pueden estar a ser los consumidores, sus características, de compra, etc. que. Todo tener mayor habilidad de

Promoción

Consisten en dar a conocer nuestras o productos a través de medios de comunicación, folletos, revistas, muestras, practicamente hacer publicidad

Decisiones sobre el producto

En este punto se selecciona el diseño del producto según los datos del grupo para el que fue creado.

Conceptual

Mellanie de Par
Coto. Pádon
Tarea #1

de la mercadotecnia

Decisiones de precio

Aquí requiere tener un precio que se ajuste a las necesidades de la organización y del mercado.

Venta

Es la actividad que lleva al cliente a realizar un intercambio. Aquí se ve todo el esfuerzo de las actividades anteriores.

Distribución o plaza

Se estudian la manera en que el producto llega al consumidor. Como: transporte, almacenaje, etc.

Promoción

Esta actividad asegura la satisfacción de necesidades a través del producto. Se analiza el mercado con fines de retroalimentación.