



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

# **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO**

## **Instituto de Ciencias Económico Administrativas**



ICEA

# Área Académica: Mercadotecnia

Tema: Principales áreas de  
especialización de la  
mercadotecnia

Profesor(a): Mtra. Irma  
Hernández Aranda

Periodo: Enero Junio 2020



# TEMA: PRINCIPALES ÁREAS DE ESPECIALIZACIÓN DE LA MERCADOTECNIA

## Resumen

- Las áreas de especialización de la mercadotecnia ayudan a entender al estudiante la diversidad de enfoques de estudio que tiene el marketing, donde se ajusta a los requerimientos de diversas estructuras, cada vez ramificándose más.
- Las áreas de especialización, parten de distintas formas de estudio, comprendiendo, desde la forma que se comunica, si tiene objetivo de publicidad por ejemplo o propaganda.

• **Palabras Clave:** Types of marketing, marketing classification.



# TEMA: PRINCIPALES ÁREAS DE ESPECIALIZACIÓN DE LA MERCADOTECNIA

## Abstract

The different areas of expertise of marketing help the student to understand the diversity of approaches to study that marketing has, where it adjusts to the requirements of different structures, each time branching more.

The areas of specialization, start from different forms of study, including, from the way it is communicated, if it has advertising objective or is something social.

Keywords: elevator pitch , company, time.



# OBJETIVO GENERAL

Analizar los conceptos básicos de la mercadotecnia, así como las distintas áreas que la componen y la evolución que ha tenido a través del tiempo.



# OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir qué es la mercadotecnia.
- Identificar la diversidad de áreas de especialización del marketing.
- Estudiar cada tipo de mercadotecnia.



# INTRODUCCIÓN

- Las áreas de especialización de la mercadotecnia, buscan aplicar estrategias específicas a distintos entornos, donde se consiga el posicionamiento, mediante el lucro o bien en la modificación de ideologías.
- El estudiante entonces, comienza a la escucha de la generalidad del marketing y se suma a la investigación.






# **PRINCIPALES ÁREAS DE ESPECIALIZACIÓN DEL MARKETING**








Investigación de mercado:  
genera información útil para  
la toma de decisiones.

Una división básica de Investigación de mercados, incluye las siguientes partes:

- Exploración
  - Descripción
  - Causalidad
- 

# Marketing deportivo o Sport marketing:

## EJEMPLO:



Recuperado de <http://ideasfrescas.com.mx/sport-marketing-con-el-chicharito-hernandez/>

*“JAVIER representa una gran fuente de inspiración nacional ligada 100% al deporte y una imagen que motiva a los jóvenes a mantenerse activos y a adoptar al ejercicio como parte de su estilo de vida”*

**¿POR QUÉ NO?**

Finalidad de la campaña

-impulsar a la gente a perseguir sus sueños y a atreverse a vivir experiencias diferentes-





Mercadotecnia Social: busca aumentar la aceptación de una idea o práctica social en determinados grupos objetivo.



Google 2019



Google 2019



**TOMÁ CONCIENCIA  
Y CONTAGIÁ EL ROSA**

Google 2019



# Mercadotecnia Política

Estrategias y tácticas utilizadas a lo largo de una campaña política electoral, de difusión institucional o permanentemente para mantener el posicionamiento de un individuo.



# Mercadotecnia Internacional / Global

Mercadotecnia ejecutada por marcas extranjeras, a través del re diseño de mezclas de marketing

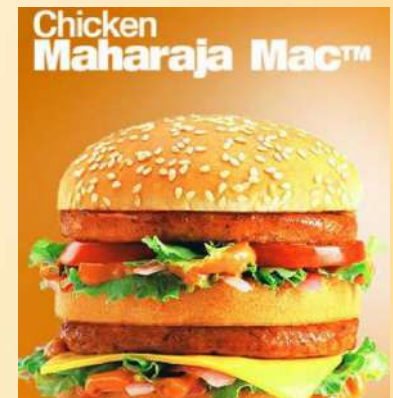
## EJEMPLO:



Recuperado de:  
<https://gestoresderesiduos.org/noticias/el-embalaje-sostenible-de-mcdonald-s>



Google 2019



Recuperado de:  
<https://cultureandbusiness.weebly.com/case-study.html>

**INDIA**

Animales sagrados



# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *TELOS: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 18 (3), 381-398.

Salazar, M. J., Salazar, P., & Guaigua, J. (2017). El marketing relacional para mejorar la fidelización de los clientes en las cooperativas de ahorro y crédito del Latacunga-Ecuador. *Revista Boletín Redipe*, 6 (5).

Velázquez, F. (6 de septiembre de 2017). La llave para sumar clientes a tu marca. Recuperado el 15 de septiembre de 2018, de Entrepreneur: URL:  
<https://www.entrepreneur.com/article/299816>

