



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

**Instituto de Ciencias Económico
Administrativas**





- **ÁREA ACADÉMICA: ADMINISTRACIÓN**
- **NOMBRE DE LA ASIGNATURA: FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA**
- **OBJETIVO GENERAL (DE LA ASIGNATURA): CONOCER LOS CONCEPTOS BÁSICOS DE LA MERCADOTECNIA ASÍ COMO SU RELACIÓN CON LAS FUNCIONES ADMINISTRATIVAS Y LOS ELEMENTOS MERCADOLÓGICOS FUNDAMENTALES MEDIANTE LA IDENTIFICACIÓN DE LAS ESTRUCTURAS DEL MERCADO Y EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS.**
- **NOMBRE DEL TEMA: CONCEPTO DE MERCADOTECNIA**
- **OBJETIVOS ESPECÍFICOS: COMPRENDER EL CONCEPTO DE LA MERCADOTECNIA PARA ASÍ CONCEBIR UNA IDEA GENERAL DE LA ASIGNATURA**
- **PROFESOR(A): M.M. VIRIDIANA GARCÍA HIDEROA**
- **PERIODO: ENERO-JUNIO 2021**





Tema: Concepto de mercadotecnia

Abstract:

This topic is about the marketing's concept and all the functions and benefits that the marketing has for every type of companies.

Keywords: marketing, functions, benefits.





- Resumen:
- Este temas es acerca del concepto de mercadotecnia y de las funciones y beneficios que tiene el utilizarla en los diferentes tipos de compañías



- Palabras clave: mercadotecnia, funciones, beneficios

DEFINICIÓN

- Para Philip Kotler: La mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes

Para la American Marketing Association (A.M.A.): La mercadotecnia es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización



FUENTE: https://www.google.com/search?q=makeup_brand_collage-3509&rlz=1C1SQJL_esMX831MX831&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=oxAHmCWc7ftt7M%253A%252C_jZsQ_gZyvqhlM%252C_&vet=1&usg=AI4_-kQXHsUy7COga51zHeTeY2nTUuOMvA&sa=X&ved=2ahUKEwiK1_aOzd3iAhUBLqwkHUkwAQEQ9QEwAHoECAMQBA#imgrc=oxAHmCWc7ftt7M:&vet=1

Etapas de la Mercadotecnia



Producción

- Se les conoce como hijos de la posguerra o baby boomers
- Las empresas comienzan a fabricar productos de uso doméstico en lugar de armas
- No toman en cuenta los deseos del consumidor

Producto

- Comienza a mediados de los años 60's
- Los consumidores son bombardeados con publicidad
- Se comienza a pensar en el valor adicional a los productos
- Incrementa la capacidad competitiva

Ventas

- Se comienza a estudiar a la demanda y sus necesidades
- Aparecen términos como INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y TÉCNICAS DE VENTAS

Mercado

- Se desarrollan productos y servicios con tecnología avanzada
- Se estudian los nichos de mercado
- Se ocupan de crear lealtad a la marca

Personalizada

- Los productos y servicios se hacen a la medida
- Los productos y servicios se desarrollan con la más alta tecnología
- El uso del internet es indispensable



Funciones de la Mercadotecnia



Fuente: Elaboración propia.2021



BENEFICIOS DE LA APLICACIÓN DE LA MERCADOTECNIA



Crear y conservar clientes nuevos

Satisfacer a los clientes mediante precios justos

Conocer a la competencia y al mercado

Oportunidades de negocios

Disponer de información para la toma de decisiones

BIBLIOGRAFÍA

- Fischer, L. y Espejo, J. (2016). *Mercadotecnia*. México: Mc Graw Hill

