



Innovación con propósito de vida.

Fundamentos de mercadotecnia

Módulo 1. La mercadotecnia como eslabón entre la empresa y el consumidor

Mapa conceptual

Función de la mercadotecnia dentro de las organizaciones

Ética y responsabilidad social en mercadotecnia

Investigación de mercados como fuente de conocimiento sobre el consumidor

La mercadotecnia como eslabón entre la empresa y el consumidor

Insight, el punto de partida de la diferenciación

Análisis del comportamiento del consumidor y su toma de decisiones

Elementos que componen la definición de mercadotecnia

Arte y una ciencia

Conjunto de actividades, instituciones y procesos

Crea, comunica, entrega e intercambia ofertas de bienes y servicios

Busca elegir mercados meta

Pretende generar mayor valor para el cliente

Obtiene, mantiene y aumenta clientes

Tema 1. La función de la mercadotecnia dentro de las organizaciones

Definición de mercadotecnia

Posición de la mercadotecnia dentro de la estructura organizacional

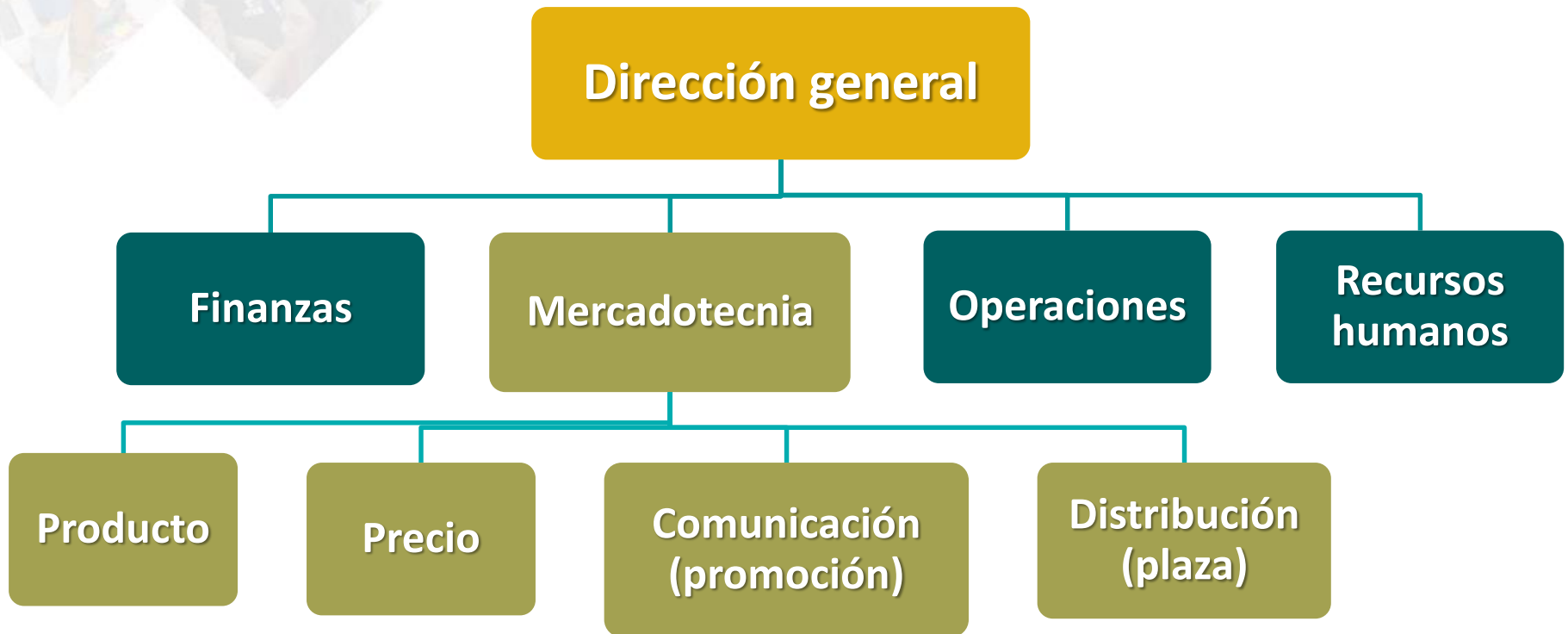
Los objetivos de la mercadotecnia

Características de la mercadotecnia

- La mercadotecnia debe ser **de naturaleza estratégica.**
- Enfocada a planear y generar:
 - Resultados a corto
 - Resultados a largo plazo



Posición de la mercadotecnia dentro de la organización



Objetivos de la mercadotecnia



Procesos de mercadotecnia en las organizaciones

- Los procesos de mercadotecnia en ocasiones se realizan internamente.
- En muchas ocasiones se valen de entidades o instituciones de servicio externas como:
 - Agencias de publicidad
 - Agencia de investigación de mercados
 - Agencia de compra de medios



Función de la mercadotecnia

- Los objetivos de mercadotecnia están en función de indicadores e iniciativas como:
 - Las ventas
 - La participación de mercado
 - El índice o cobertura de distribución
 - La posición en relación con la competencia, entre otros.



Características de los objetivos de la mercadotecnia


- Objetivos de mercadotecnia deben ser:
 - Medibles
 - Indicar su alcance en tiempo
 - Hacer referencia al mercado meta



Créditos

- Experto de contenido: Rosa M. Valdés Cavazos
- Diseñadora instruccional: Alejandra L. Govea Garza
- Diseñadora gráfica: María E. López Galván
- Programador: Hugo A. Aguilar Bugarin
- Administradoras del proyecto: Adriana M. González González y Enna A. Espinosa Sastré
- Dirección del proyecto: Laura Asela Serrano Corral

Dirección de innovación
Tecmilenio Online
Vicerrectoría de formación ejecutiva y adultos
Universidad Tecmilenio



La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACION SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.