



<b>Título del documento</b>			
Material Didáctico de la Asignatura Mercadotecnia. Área Capital Humano			
<b>Nombre del docente</b>			
Mtra. Iris Castrejón Aivar			
<b>Fecha de producción</b>	<b>Lugar</b>		
11/04/2022	Querétaro, México		
<b>Programa educativo (Marque un solo programa con una X):</b>			
<input checked="" type="checkbox"/>	P1. TSU en Administración Área Capital Humano - Intensivo	<input type="checkbox"/>	P.6. TSU en Logística Área Cadena de Suministros - Intensivo
<input type="checkbox"/>	P2. TSU en Administración Área Capital Humano - Flexible	<input type="checkbox"/>	P.7 Licenciatura en Gestión del Capital Humano - Intensivo
<input type="checkbox"/>	P3. TSU en Desarrollo de Negocios Área Servicio Posventa - Intensivo	<input type="checkbox"/>	P.8 Licenciatura en Innovación de Negocios y Mercadotecnia - Intensivo
<input type="checkbox"/>	P4. TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia - Intensivo	<input type="checkbox"/>	P.9 Licenciatura en Diseño y Gestión de Redes Logísticas - Intensivo
<input type="checkbox"/>	P5. TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia - Flexible	<input type="checkbox"/>	
<b>Nombre de la asignatura</b>		<b>Unidad Temática</b>	
Mercadotecnia		Unidad I y II	
<b>Propósito</b>			
El alumno desarrollará propuestas de Mezcla de Mercadotecnia, a través de las estrategias de diagnóstico de mercado, para satisfacer las necesidades y deseos de segmentación de mercado.			
<b>Referencia (en formato APA):<sup>1</sup></b>			

<sup>1</sup> Se recomienda consultar: Centro de Escritura Javeriano. (2020). *Normas APA, séptima edición*. Cali, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. <https://www2.javerianacali.edu.co/centro-escritura/recursos/manual-de-no...>



<b>Licencia Creative Commons:</b> (Conoce más aquí: <a href="https://creativecommons.org/licenses/?lang=es">https://creativecommons.org/licenses/?lang=es</a> )	Pegue aquí la licencia

Nota: Autorizo el uso de este material didáctico

Mtra. Iris Castrejón Aivar



## Presentación

Asignatura: Mercadotecnia

Área: Capital Humano

Mtra. Iris Castrejón Aivar

# Reglas del juego

- 1.- Toma notas como si fueras a enseñarle a alguien.
- 2.- Con cada decisión que tomes, acompáñala con una acción.
- 3.- En el momento que lees algo, ¿Qué te gustaría aprender, descubrir o leer?
- 4.- Comparte lo que te gusta, comparte esa chispa 😊



# Qué es Mercadotecnia?



# Mercadotecnia

- ▶ Es el análisis, organización, planeación y control de los recursos, políticas y actividades de la empresa que afectan al cliente, con vista a satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, obteniendo con ello una utilidad. Philip Kotler.
- ▶ El cliente es lo más importante y nuestra razón de ser es el cliente.
- ▶ Es un sistema encaminado a provocar comportamientos de compra, consumo y demanda.

# 4 conceptos importantes

- ▶ Análisis, organización, planificación y control.
- ▶ Afectación al cliente
- ▶ Satisfacción de necesidades
- ▶ Vinculación con los grupos escogidos de clientes.

# ¿Cómo está integrada la Mercadotecnia?

- ▶ Precio
- ▶ Plaza o distribución
- ▶ Producto
- ▶ Promoción

# Investigación de Mercado



# Elementos de la Investigación de Mercado

- ▶ Definición del Mercado Meta
- ▶ Evaluación de la Competencia
- ▶ Características de los productos
- ▶ Obtención de Información
- ▶ Interpretación de la información relevante

# ¿Qué es Comunicación Integral de la Mercadotecnia CIM?

- ▶ Se refiere a la integración de todos los métodos de promoción de la marca para promocionar un producto o servicio en el mercado. En la CIM todos los aspectos trabajan en conjunto para la máxima rentabilidad y aumento de las ventas.

# Procesos de planeación del CIM

- ✓ Identificación del público objetivo
- ✓ Determinación de objetivos
- ✓ Diseño de las comunicaciones (mensaje)
- ✓ Selección de canales
- ✓ Establecimiento de presupuesto
- ✓ Selección mix de medios

# Publicidad Convencional y no Convencional



## Publicidad No Tradicional (PNT) en vía pública





# Entornos específicos y entornos generales



# Entornos Específicos

- ▶ Proveedores
- ▶ Competidores
- ▶ Entidades financieras
- ▶ ADMINISTRACIONES PÚBLICAS
- ▶ Mercado laboral
- ▶ COMUNIDAD



# Entornos generales o externos

- ▶ Económicos
- ▶ Tecnológicos: E-Commerce
- ▶ Políticos Legales
- ▶ Demográficos
- ▶ Socioculturales
- ▶ Medioambientales



# Ética Empresarial



# Ética empresarial

- ▶ El reconocimiento de la dignidad humana, es el fundamento y directriz de la **ética**, nadie puede ser considerado como un instrumento.
- ▶ Toda organización debe de tener un código de ética: Un esquema normativo aplicado en las organizaciones para promover y regular el comportamiento de sus integrantes, con base a criterios éticos, de acuerdo con el perfil de la empresa.



# Frases

## PER\$ONAS

- ▶ Un negocio que únicamente es capaz de generar valor económico, es un negocio pobre. Henry Ford.
- ▶ El mejor servicio, es el que se acompaña siempre con una sonrisa :)