

SESIÓN 2: OBJETIVO DE LA SESIÓN

- ▶ El alumno conocerá la importancia y el objetivo de por qué estudiar mercadotecnia.

QUÉ ES LA MERCADOTECNIA

La mercadotecnia tiene dos facetas:

- ▶ La primera, es una filosofía, una actitud, una perspectiva o una orientación administrativa que resalta la satisfacción del cliente.
- ▶ La segunda, es una serie de actividades usadas para implementar esta filosofía.
- ▶ La Asociación Americana de mercadotecnia incluye ambas perspectivas, ya que es el proceso de planificar y ejecutar la concepción, asignación de precios, promoción, y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan las metas personales y organizacionales

EL CONCEPTO DE INTERCAMBIO

- ▶ Intercambio es el término clave en la definición de la mercadotecnia, significa que las personas entregan algo para recibir algo que prefieren tener.

El intercambio no solo puede ser dinero para obtener los bienes o servicios, también puede ser un trueque con artículos, conocimientos, contactos, etc.

El intercambio no se puede dar por si solo existen cinco condiciones son:

1. Debe de haber al menos dos partes.
2. Cada parte tiene algo que podría ser de valor para la otra.
3. Cada parte es capaz de comunicación y entrega.
4. Cada parte es libre de aceptar o rechazar la oferta de intercambio.
5. Cada parte cree que es apropiado o deseable tratar con la otra.

FILOSOFÍA DE ADMINISTRACIÓN DE LA MERCADOTECNIA

- ▶ Existen cuatro filosofías en competencia que ejercen una fuerte influencia en las actividades de la mercadotecnia de una organización y generalmente se conocen como orientación de marketing a la producción, las ventas, el mercado y la sociedad.

ORIENTACIÓN A LA PRODUCCIÓN

- ▶ Es una filosofía que hace énfasis en las capacidades internas de la empresa, más que en los deseos y necesidades del mercado.

La orientación cómo: ¿Qué es lo que podemos hacer? ¿Qué pueden diseñar y generar nuestros colaboradores? ¿Cuáles son nuestros talentos? etc.

ORIENTACIÓN A LAS VENTAS

- ▶ La idea de que las personas comprarán más bienes o servicios si se usan técnicas de ventas agresivas y que ventas altas resultan en elevadas utilidades.

ORIENTACIÓN DE MERCADO

- ▶ La idea de que la justificación social y económica para la existencia de una organización es la satisfacción de los deseos y necesidades del cliente cumpliendo los objetivos organizacionales.

ORIENTACIÓN SOCIAL DEL MARKETING

- ▶ Establece que una organización existe no sólo para satisfacer los deseos y necesidades del cliente y alcanzar los objetivos organizacionales, sino para preservar o fortalecer los mejores intereses a largo plazo de las individuos y las sociedad.
- ▶ Mercadear productos y empaques que sean menos tóxicos que lo normal, sean más duraderos, contengan materiales reutilizables, o estén hechos de materiales reciclables, es consiente con una orientación de mercadotecnia social.