



## EVIDENCIAS DE FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA

[Personalizar](#)

# 405 A FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA

M.C.A. PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS

[Ver información de la clase](#)

Meet [Generar enlace](#)

[Anuncia algo a tu clase](#)

Activar Windows

Tablón **Trabajo de clase** Personas Calificaciones

[+ Crear](#)

Todos los temas

### ENCUADRE

LIBRO DE MERCADOTECNIA Publicado: 30 ene

ENCUADRE Publicado: 30 ene

Activar Windows



# 1. Introducción a la mercadotecnia



EVALUACIÓN 1ER COMPETENCIA

Fecha de entrega: 19 feb, 23:59



Cuadro comparativo e investigación de I...

Fecha de entrega: 10 feb, 23:59



Línea del tiempo

Fecha de entrega: 6 feb, 23:59



MATERIAL DE ESTUDIO DE LA COMPETE...

Última modificación: 4 feb



## MATERIAL DE ESTUDIO DE LA COMPETENCIA 1



PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS • 4 feb (Última modificación: 4 feb)

CAPITULO 1 **Aspectos generales de la mercadotecnia** del libro Mercadotecnia de Laura Fisher. de la 2 a la pág. 22.

Comentarios de la clase



Añade un comentario de clase...



Cuadro comparativo e investigación de I...

Fecha de entrega: 10 feb, 23:59



Publicado: 4 feb

- Realizar un Cuadro comparativo con los distintos enfoques de la mercadotecnia, tomando en consideración 4 elementos básicos: concepto, características, ejemplo e impacto social.
- Investigar las megatendencias de la mercadotecnia y el uso de las Tecnologías de la información en la mercadotecnia.
- Se exponen ante el grupo.

10

Entregadas

1

Asignada

6

Evaluadas

Activar Windows  
Ve a Configuración para

CUADRO COMPARATIVO ENFOQUES DE LA MERCADOTECNIA			
CONCEPTO	CARACTERISTICAS	EJEMPLO	IMPACTO SOCIAL
<b>Enfoque producción</b> Es una forma de organización de mercadotecnia que prevalece en un entorno económico caracterizado por la existencia de un mercado potencial importante, pero donde hay escasez de oferta, siendo insuficiente las capacidades de producción disponibles para las necesidades de mercado.	-Eficiencia en la distribución. -Prevalece en un entorno económico determinado. -Estudia los distintos tipos de productos. -Existe un mercado potencial. -Mejora la producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las purificadoras de agua</li> </ul>	La producción de cierta manera tiene un impacto importante para la sociedad y ayuda a mejorar la economía.
<b>Enfoque de producto</b> Lo más importante del enfoque de producto es ofrecer bienes o servicios con los más altos estándares de calidad	-Mejoramiento del producto -Miopía mercadológica. -Soluciona problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coca cola</li> <li>Pepsi</li> </ul>	Los consumidores cada vez se preocupan más sobre su tipo de consumo y se fijan en su sus decisiones de compra tienen un efecto negativo
<b>Enfoque de ventas</b> La empresa trata de maximizar sus ventas a corto plazo mediante importantes esfuerzos de promoción y estrategias de ventas excesivas.	-Toma de decisiones. -Realiza investigaciones sistemáticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coca cola</li> </ul>	Este se ve reflejado cuando el consumidor presta atención a los productos o servicios, y los tome en cuenta como primera opción.
<b>Enfoque de mercadotecnia social</b> Este consiste en que la empresa trata de satisfacer las necesidades del consumidor	-Detección de necesidades. -Proporcionan satisfacción deseada	<ul style="list-style-type: none"> <li>McDonals.</li> <li>Wolkswagen.</li> </ul>	Su impacto lo podemos ver reflejado en la resolución de problemas ambientales o para escasas de recursos.
<b>Enfoque de la investigación del consumidor</b> Este busca integrar a toda la información que se tiene del mercado.	-Integra información. -Permite construir nuevos horizontes de la mercadotecnia	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coca cola.</li> <li>Banco del sol</li> </ul>	Este se podrá ver en la cantidad de dinero que las personas ganan debió a lo que alcance a cada quien con los sueldos.
<b>Enfoque de la mercadotecnia.</b> Considera que el logro de objetivos depende de determinar las necesidades y los deseos de los mercados meta	-Mercado bien definido. -Se enfoca en necesidades del cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Walmart.</li> <li>. Amazon.com</li> </ul>	Este tiene un gran impacto ya que se adecua a los deseos de los consumidores, deseos que siempre van en aumento





**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA**  
**DIVISIÓN DE LIC. EN ADMINISTRACIÓN**



Enfoque de Mercadotecnia	Concepto	Características	Ejemplo	Impacto Social
<b>Producción</b>	Se basa en la eficiencia productiva y en la disponibilidad del producto. La demanda se centra en productos accesibles y de bajo costo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Priorización de costos bajos y alta disponibilidad.</li> <li>• Producción en masa.</li> <li>• Menor enfoque en la personalización del producto.</li> </ul>	Empresas como Ford en sus inicios, con la producción en serie del Modelo T.	Facilita el acceso a productos esenciales, pero puede generar problemas ambientales debido a la sobreproducción.
<b>Producto</b>	Se enfoca en la calidad, el diseño y la innovación del producto. Se asume que los consumidores prefieren productos superiores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto grado de investigación y desarrollo.</li> <li>• Mejora continua del producto.</li> <li>• Fuerte inversión en tecnología.</li> </ul>	Apple con el iPhone, centrado en la innovación y diseño premium.	Promueve el avance tecnológico, pero puede generar obsolescencia programada.
<b>Ventas</b>	Estrategia centrada en la promoción y en la persuasión del consumidor para adquirir productos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso intensivo de publicidad y promociones.</li> <li>• Corto plazo en la relación con el cliente.</li> <li>•</li> </ul>	Empresas de seguros o telecomunicaciones que dependen de estrategias agresivas de ventas.	Puede inducir compras impulsivas y generar desconfianza en los consumidores si se usan tácticas engañosas.
<b>Mercadotecnia</b>	Se basa en identificar y satisfacer las necesidades del consumidor, generando valor a largo plazo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación de mercado constante.</li> <li>• Personalización de productos y servicios.</li> <li>• Enfoque en la lealtad del cliente.</li> </ul>	Starbucks, que adapta sus productos a las preferencias locales y construye relaciones con sus clientes.	Mejora la satisfacción del consumidor y fomenta la competencia basada en la calidad.
<b>Mercadotecnia Social</b>	Considera el bienestar de la sociedad y el impacto ambiental en las estrategias de mercadotecnia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad social corporativa.</li> <li>• Uso de materiales sostenibles.</li> <li>• Equilibrio entre rentabilidad y beneficio social.</li> </ul>	Patagonia, que promueve el consumo responsable y la sostenibilidad en su producción.	Contribuye al desarrollo sostenible y a la concienciación sobre el consumo responsable.



**LISTA DE COTEJO PARA CUADRO COMPARATIVO**

**UNIDAD 1**

DATOS GENERALES				
ALUMNO: KARLA MONSERRAT CHAPOL MARTÍNEZ				
GRUPO:	405-A	CARRERA	LIC. EN ADMON	
NOMBRE DEL CURSO:	FUDAMENTOS DE MERCADOTECNIA	NOMBRE DEL DOCENTE	MCA.PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS	
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
PRODUCTO: Elaboran un trabajo que incluye un cuadro comparativo con los distintos enfoques de la mercadotecnia, tomando en consideración 4 elementos básicos: concepto, características, ejemplo e impacto social		FECHA: 6 febrero de 2025	PERIODO ESCOLAR: FEBRERO-JUNIO 2025	
INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN				
Revisar Las Actividades Que Se Solicitan Y Marque Con Una X En Los Apartados "Si" Cuando La Evidencia Se Cumple; En Caso Contrario Marque "No". En La Columna "Observaciones" Escriba Indicaciones Que Puedan Ayudar Al Alumno A Saber Cuáles Son Las Condiciones No Cumplidas Si Fuese Necesario.				
VALOR REACTIVO	Características A Cumplir (Reactivo) Presentación El Trabajo Cumple Con Los Requisitos De:	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
5	A) Buena Presentación,	5		
5	B) El tema asignado fue tratado con propiedad, se ofrecieron detalles y ejemplos.	5		
5	C) Se utilizó un lenguaje adecuado al contexto y se entendieron cada una de las palabras.	5		
5	D) Se incluyeron de forma adecuada todas las referencias de materiales consultados.	5		
5	E) Dicha investigación la van a explicar en un video máximo de 4 minutos, y lo van a realizar entre dos persona, (cada integrante debe hablar por lo menos 2 minutos).	5		



5	F) Responsabilidad: Entregó LA INVESTIGACION en La Fecha Y Hora Señalada	5		
30%	Calificación	30 %		
FIRMA DEL DOCENTE: PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS				
Tu trabajo muy completo				



## Línea del tiempo



PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS • 4 feb (Última modificación: 4 feb)

20 puntos

Fecha de entrega: 6 feb, 23:59

Elaborar una línea del tiempo de la historia de la mercadotecnia a nivel internacional y lo exponen en la clase.  
(individual)



ACTIVIDAD 1.docx  
Microsoft Word



## LÍNEA DEL TIEMPO

-ACTUALIDAD-



## Línea de tiempo





**LISTA DE COTEJO PARA LINEA DEL TIEMPO**

**UNIDAD 1**

DATOS GENERALES				
ALUMNO: KARLA MONSERRAT CHAPOL MARTINEZ				
GRUPO:	405-A	CARRERA	LIC. EN ADMON	
NOMBRE DEL CURSO:	FUDAMENTOS DE MERCADOTECNIA	NOMBRE DEL DOCENTE	MCA.PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS.	
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
PRODUCTO:	FECHA:	PERIODO ESCOLAR:		
Elaboran una línea del tiempo de la historia de la mercadotecnia en diferentes fuentes de información	05 febrero de 2025	FEBRERO-JUNIO 2025		
INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN				
Revisar Las Actividades Que Se Solicitan Y Marque Con Una X En Los Apartados "Si" Cuando La Evidencia Se Cumple; En Caso Contrario Marque "No". En La Columna "Observaciones" Escriba Indicaciones Que Puedan Ayudar Al Alumno A Saber Cuáles Son Las Condiciones No Cumplidas Si Fuese Necesario.				
VALOR REACTIVO	<u>Características A Cumplir (Reactivo)</u>	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
4	Presentación El Trabajo Cumple Con Los Requisitos De:			
4	A) Buena Presentación,	4		
4	B) El tema asignado fue tratado con propiedad, se ofrecieron detalles y ejemplos.	4		
4	C) Se incluyeron de forma adecuada todas las referencias de materiales consultados.	4		
4	D) Hoja de presentación Orden de hechos,, descripción , uso de imágenes, Líneas y conectores , creatividad, detalles de fechas.	4		
4	E) Responsabilidad: Entregó LA INVESTIGACION en La Fecha Y Hora Señalada.	4		
20%	Calificación	20 %		
FIRMA DEL DOCENTE: PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS				
Tu trabajo muy completo				



## EVALUACIÓN 1ER COMPETENCIA



PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS • 19 feb

50 puntos

Fecha de entrega: 19 feb, 23:59

RESOLVER CORRECTAMENTE DISPONES DE 20 MINUTOS PARA RESOLVERLO



EVALUACIÓN 1er COMPETE...  
Formularios de Google



Es una nueva orientación administrativa, la cual sostiene que la tarea clave de la organización consiste en mantener altamente satisfecho a su mercado meta:

\* 2 / 2

- Orientación hacia la competencia
- Orientación al medio ambiente y responsabilidad social
- Orientación al empleado 
- Orientación al consumidor

Añadir comentarios a una respuesta individual



Limita la demanda cuando ésta es excesiva y no hay suficientes mercancías para satisfacerla.

\* 2 / 2

- Desmercadotecnia 
- Mercadotecnia sincronizada
- Remercadotecnia
- Mercadotecnia de fomento



Este autor establece que practicar el control de calidad es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener el producto de calidad. Que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio para el consumidor; el método de este autor es el que más se identifica con la filosofía de la mercadotecnia.

\* 2 / 2

- Juran
- Deming
- Crosby
- Ishikawa



Añadir comentarios a una respuesta individual

Enviado: 19/2/25, 19:45



Son las que elabora un organismo nacional o la Secretaría de Economía, y tienen como finalidad establecer los requisitos mínimos de calidad de los productos y servicios de que se trate.

- Normas Mexicanas
- Estándar ISO-9000
- Industrial Estándar Z8101-1981



Añadir comentarios a una respuesta individual



Este estándar establece que la instrumentación efectiva del control de calidad necesita la cooperación de toda la gente de la compañía, involucra a todos los que participan en la empresa.

\* 2 / 2

- Estándar ISO-9000
- Industrial Estándar Z8101-1981
- Norma oficial Mexicana





\* 2 / 2



En este enfoque de Juran enseñó a los japoneses que el uso de dichas técnicas estadísticas es para prevenir los defectos, más que para detenerlos y enfatizó el concepto: crear constancia en el propósito de mejora en el producto y en la compañía.

Verdadero

Falso



Añadir comentarios a una respuesta individual



Este autor menciona que el costo de la baja calidad debe incluir todas las cosas que están involucradas al no hacer bien el trabajo desde la primera vez.

\* 2 / 2

Deming

Crosby



Juran

Ishikawa



✓ Es la actividad que asegura la satisfacción de necesidades a través del producto. Lo importante no es vender una vez, sino permanecer en el mercado (en este punto se analiza nuevamente el mercado con fines de retroalimentación)

Distribución

Posventa ✓

Venta

Marketing relacional

Añadir comentarios a una respuesta individual



Es la inclusión del cliente en la toma de decisiones de mercadotecnia dando respuesta a sus peticiones al mismo tiempo que éstas son solicitadas.

Nemo marketing

Marketing viral

Real marketing ✓



✓ Busca crear, fortalecer y mantener el contacto con los clientes en forma individual. \* 2 / 2

Mercadotecnia lateral

Marketing relacional (CRM) ✓

Turbo marketing

Marketing emocional

Añadir comentarios a una respuesta individual

✓ Método sistemático que rompe el proceso creativo en fases o pasos ofreciendo métodos que permitan desarrollar ideas. \* 2 / 2

Mercadotecnia lateral ✓

Marketing relacional (CRM)

City Marketing

Turbo marketing



Busca la responsabilidad de las empresas con su medio ambiente social, económico y sobre todo ecológico.

Mercadotecnia de causas sociales



Nemo marketing

After marketing

Real time marketing

Añadir comentarios a una respuesta individual



Sistema que ofrece más de lo que requieren los consumidores, se anticipa a sus gustos y necesidades, y establece estándares de calidad.

Real time marketing

Nemo marketing

Sistema de calidad total





✓ Es la mercadotecnia aplicada a proyectar, difundir y hacer más competitivas las ciudades. Es un sistema de calidad total aplicado a la mercadotecnia; todas las ciudades que desean proyectar sus recursos y cualidades, tanto a sus públicos internos como externos: \* 2 / 2

- City marketing ✓
- Mercadotecnia lateral
- Mercadotecnia lateral
- Turbo marketing

Añadir comentarios a una respuesta individual

✓ Técnicas de marketing que pretenden explotar las redes sociales preexistentes con conocimientos de marca. \* 2 / 2

- Mercadotecnia de causas sociales
- Marketing viral ✓
- After marketing



Se refiere a las acciones rápidas; los mercados se mueven rápidamente y por lo mismo se requieren reacciones rápidas. Podemos tener una estrategia a largo plazo, pero también debemos tener tácticas que respondan rápidamente a los cambios del mercado:

- City marketting
- Marketing relacional
- Mercadotecnia lateral
- Turbo marketing



Añadir comentarios a una respuesta individual



\* 2 / 2



La mercadotecnia se encarga de destruir la demanda mediante programas, creando campañas para evitar el consumo de drogas, alcohol, tabaquismo:

- Mercadotecnia de estímulo
- Mercadotecnia de fomento
- Contramercadotecnia
- Mercadotecnia sincronizada



Añadir comentarios a una respuesta individual



Enfoque de marketing cuyo objetivo fundamental es la creación de experiencias holísticas en los clientes.

\* 2 / 2

- Estrategia para océanos azules
- Marketing emocional
- E-marketing





✓ Modificar la imagen negativa de un producto para que sea positiva. \*

2 / 2

Mercadotecnia de conversión ✓

Mercadotecnia de estímulo

Mercadotecnia de fomento

Contramercadotecnia

Añadir comentarios a una respuesta individual

✓ Cuando tenemos una demanda decreciente es necesario revitalizarla. Cuando los consumidores pierden el interés por el producto existente en el mercado, la organización debe realizar una:

\* 2 / 2

Mercadotecnia de mantenimiento

Remercadotecnia ✓

Contramercadotecnia



✓ Los esfuerzos comerciales iban dirigidos a toda la población sin distinción alguna, \* 2 / 2  
una característica importante es que con este tipo de mercadotecnia aparecen y se desarrollan los medios masivos de comunicación.

Mercadotecnia de nichos

Mercadotecnia de segmentos

Mercadotecnia masiva ✓

Mercadotecnia global

Añadir comentarios a una respuesta individual

✓ Aparece gracias a los importantes avances tecnológicos en administración de bases de datos. La información en las bases de datos hoy no es otra cosa que muchos detalles de la conducta de compra de los consumidores. \* 2 / 2

Mercadotecnia personalizada ✓

Mercadotecnia global

Mercadotecnia Glocal

Mercadotecnia de nichos



✓ Consentimiento entre dos personas para recibir un bien o servicio a cambio de otro: \* 2 / 2

- Intercambio ✓
- Disciplina de la mercadotecnia
- Objetivo de la mercadotecnia
- Filosofía de la Mercadotecnia

Añadir comentarios a una respuesta individual

✓ Orientación administrativa que enfoca los objetivos comerciales de la organización hacia adentro, en especial hacia la capacidad productiva. \* 2 / 2

- Orientación a la competencia
- Orientación a la producción. ✓
- Orientación al consumidor
- Orientación al medio ambiente



PREGUNTAS

50 de 50 puntos

RESOLVER CORRECTAMENTE EL SIGUIENTE CUESTIONARIO, DISPONES DE 50 MINUTOS PARA RESOLVERLO.



Proceso de planeación, ejecución y conceptualización de precios, promoción y distribución de ideas, mercancías y términos.

\* 2 / 2

Mercadotecnia



Intercambio

Segmentación

Filosofía

Añadir comentarios a una respuesta individual



231u0189@alumno.itssat.edu.mx ▼

< 7 de 18 >



50 de 50 puntos



Puntuación publicada el 19 feb 19:45

[Publicar puntuación](#)

## EVALUACIÓN 1er COMPETENCIA

Se ha registrado el correo del encuestado (231u0189@alumno.itssat.edu.mx) al enviar este formulario.

\* Indica que la pregunta es obligatoria

0 de 0 puntos

NOMBRE COMPLETO \*

/ 0

KARLA MONSERRAT CHAPOL MARTINEZ

Añadir comentarios a una respuesta individual



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA  
DIVISIÓN DE LIC. EN ADMINISTRACIÓN

