



**PLAN DE CLASE**

<b>FECHA:</b> 23-07-2020	<b>GRADO:</b> 6TO. BIPC	<b>MATERIA:</b> ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
<b>DOCENTE:</b> CLAUDIA GARRIDO DE ESCOBAR	<b>TEMA:</b> MERCADEO EN LAS EMPRESAS A TRAVÉS DE LA MERCADOTECNIA	



**TEMA 1: MERCADEO**

El concepto de mercadeo se refiere a dos ideas relativas a las transacciones:

- Se trata de un lugar físico especializado en actividades de compra y venta de productos y servicios.
- Se relaciona con las transacciones de un bien y servicio de acuerdo con la relación existente de la oferta y la demanda.



Existe la creencia de que "Marketing = Vender" pero las ventas sólo son una parte del Marketing. Mercadeo, también llamado Marketing, es probablemente la actividad más importante de la Empresa.

Marketing es un anglicismo derivado de la palabra Market - Mercado + ing = gerundio: mercadeando.

El éxito del Marketing: John Westwood nos dice:

"Tener el producto indicado disponible en el lugar indicado, en el momento indicado y que el cliente lo sepa"

Peter Druker dice:

"Es el conjunto de actividades necesarias para convertir el poder de compra del consumidor en demanda efectiva"

*¡Gracias por su apoyo!*

*¡Juntos saldremos adelante!*



También podemos decir que es la actividad o actividades por medio de las cuales una empresa:

- Analiza las necesidades del consumidor.
- Desarrolla los servicios o productos necesarios.
- Los comercializa y vende.
- Satisface las necesidades requeridas y
- Obtiene un rendimiento o ganancia.

### **¿CÓMO SE INICIO?**

Se desarrolló en la segunda mitad del siglo XX con las investigaciones realizadas por las grandes fábricas de automóviles, agencias de publicidad, periódicos de Estados Unidos de América y Universidades de ese país.

Las empresas crecieron y las personas responsables de su manejo perdieron el contacto con el público.

Los ejecutivos de estas empresas necesitaban saber que gustaba a ese público y cuáles eran sus deseos o necesidades.

Aparecieron las tecnologías modernas como computadores, fotocopadoras, teléfonos, etc., que facilitaron investigación a gran escala.

### **OBJETIVO**

- **Qué le gusta más al público**
- **Cuáles son sus necesidades de los clientes**
- **Obtener mayores ganancias para la organización**
- **Evitar perdida al iniciar un nuevo negocio, o ingresar al mercado un nuevo producto.**

### **COMPONENTES DEL MERCADO**

- **El mercado o clientes**
- **El producto**
- **Nuestra empresa**

### **MISION**

Satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de los consumidores mediante un grupo de actividades coordinadas.

*¡Gracias por su apoyo!*

*¡Juntos saldremos adelante!*



## **TEMA 2 ELEMENTOS DE LA MERCADOTECNIA (NECESIDADES, BIENES, SERVICIOS Y DESEOS)**

### **NECESIDADES**

Según los expertos de mercadotecnia (marketing)

Una necesidad "es el estado de carencia dado, que experimenta un individuo".

Las necesidades son pues "estados de carencia percibida". Entre estas necesidades se cuentan las necesidades de carácter físico como alimentación, vestido, techo, seguridad y calor; las de carácter social como el afecto y la pertenencia; y las necesidades de carácter individual que son el conocimiento y la expresión.



### **MEDIOS PARA SATISFACER LAS NECESIDADES**

La satisfacción de las necesidades requiere de objetos materiales, a esos objetos se les califica como bienes y para obtener los bienes requerimos de los medios, que representan la capacidad para obtenerlos. Por ello en la Economía Política se dice que las necesidades que el hombre tiene le obligan a buscar los bienes para satisfacerlas y si no posee esos bienes, debe producirlo mediante el empleo de sus fuerzas. Acto al cual se le denomina trabajo. De aquí nace la actividad humana para transformar los recursos de la naturaleza, a esa actividad se le llama producción.

En la cobertura de medios económicos, también se toman en cuenta aquellos actos humano que sirven para adquirir los bienes materiales.

### **BIENES**

Las necesidades se satisfacen con bienes, comprendiendo con ellos a todas aquellas cosas a las que se les han asignado cualidades, unas reales otras supuestas, que les dan cierta capacidad para satisfacer dichas necesidades, directa e indirectamente, por ejemplo: los bienes comestibles satisfacen una necesidad en forma directa. Algunas máquinas de trabajo satisfacen las necesidades en forma indirecta.

### **SERVICIOS**

Determinadas actividades denominadas humanas, son ejecutadas para satisfacer necesidades, unas en favor de sí mismo y otras en beneficio de otros. Estas acciones son denominadas servicios. Siempre y cuando éstas sean clasificadas como económicas, tales como actividades comerciales, administrativas en el ramo de la justicia y actividades de carácter financiero.

*¡Gracias por su apoyo!*

*¡Juntos saldremos adelante!*



## **DESEOS**

Según los expertos

Los deseos son las formas que adaptan las necesidades del hombre, la mujer, el niño o la niña según su personalidad y su cultura.

Es decir que nosotros moldeamos nuestras necesidades por la cultura o por nuestra personalidad.

**Ejemplo:** Alguien tiene la necesidad de alimento, ¡necesita comer! Un hombre en la ciudad desea una pizza, una gaseosa y un pedazo de pastel; para satisfacer su necesidad de alimento. Pero en el occidente del país, un hombre desea un plato de frijoles, tortillas, chile, un vaso de fresco o café para mitigar su apetito. En la costa un hombre desea un pescado frito, arroz, fresco de tamarindo etc.

El deseo es pues la forma que adopta una necesidad modificada por la personalidad y por cultura. Para aclarar podemos pensar que en el mundo existe una necesidad de transporte, pero algunas personas desean para suplirla un automóvil Toyota, Mazda o Chevrolet,

## **TEMA 3: ELEMENTOS DE LA MERCADOTECNIA (DEMANDA, PRODUCTO, VALOR, SATISFACCIÓN, CALIDAD)**

### **DEMANDA**

Si los deseos se convierten en objetos que satisfacen nuestras necesidades: esos objetos poseen un valor económico y si el necesitado tiene poder para comprarlos, los deseos se convierten en demandas.

Una demanda entonces "es un deseo humano respaldado por poder de compra".

Si tienes dinero puedes solucionar el producto que a tu juicio satisfaga mejor tu necesidad o tu deseo. Las personas demandan productos con beneficios que producen la mejor satisfacción.

### **PRODUCTO**

Como producto se comprende cualquier cosa que en un mercado se ofrece para satisfacer una necesidad o cumplir con un deseo.

Pero es bueno que tomes en cuenta que un producto no es sólo un bien físico tangible, también es un servicio. Toma como producto los siguientes:

- Servicios de cualquier clase: hoteles, comedores, líneas aéreas, líneas telefónicas, bancarios, funerarios, seguros, contabilidad, trámites comerciales, transporte.

*¡Gracias por su apoyo!*

*¡Juntos saldremos adelante!*



- Las experiencias, ideas, asesoramientos, consultas, información, personas, lugares, asociaciones, organizaciones, marcas, paseos.

Un producto es entonces toda cosa que en un mercado se ofrece para satisfacer necesidades, deseos e demandas, pudiendo ser cosas físicas, tangibles, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas.

### **VALOR**

Los expertos en mercadotecnia lo definen como todo aquello que los clientes reciben además del costo del producto. Es decir, la prontitud con que la reciben, la marca que apoya el producto, la calidad del producto, el confort que el uso del producto da al consumidor.

### **SATISFACCION**

Para los expertos: es el grado en el cual el desempeño que ellos perciben de un producto concuerda con las expectativas de quien lo compra.

- Un cliente satisfecho compra otra vez el producto que lo satisfizo.
- Un cliente satisfecho comunica a otros la satisfacción del producto que consume.
- Un cliente consumidor estudia también las expectativas, espera satisfacción sin que las expectativas sean muy altas.

### **CALIDAD**

Los expertos en mercadotecnia la definen así:

La calidad está bien unida a la satisfacción de los clientes y al valor que los productos tienen para ellos. Muchos la comprenden como "la ausencia de error en el producto".

Para que un producto sea de calidad no debe poseer un defecto.

### **INTERCAMBIO**

En mercadotecnia, "intercambio es todo acto en el cual alguien obtiene de otro un objeto que desea mediante el ofrecimiento de otra cosa a cambio.

El intercambio es la base de la mercadotecnia, hay mercadotecnia cuando las personas deciden satisfacer sus necesidades o deseos mediante el intercambio. El intercambio solo es una de las muchas formas de obtener un objeto deseado o necesitado.

El intercambio genera la producción.



## ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN

**Instrucciones:** La actividad de evaluación consta de 2 partes:

- Comprobación de aprendizaje a través de Kahoot al finalizar la clase
  - Investigación Orientaciones de la mercadotecnia
- Puedes hacer tu investigación en computadora, luego de haberlo realizado deberás subir el archivo a SICA.
- Si no tienes computadora puedes hacer la tarea a mano en el cuaderno, escribe con lapicero en la parte superior derecha del trabajo tu nombre y grado.

1. **Lineamientos de la tarea:** La actividad la debes realizar a:

- Tamaño de letra Arial 12
- Creatividad
- Carátula con tu nombre, grado y tema.
- Debes guardar el archivo colocando primero los apellidos y después el nombre, utilizando letra inicial mayúscula de los apellidos y nombres.
- Por favor evita usar puntos o guiones al momento de guardar el archivo.

## 2. Aspectos a calificar:

Aspectos	Calificación
Comprobación	10pts.
Investigación	10pts.
<b>Total</b>	<b>20pts.</b>

**Fecha para enviar tarea 30-06-2020.**

*¡Gracias por su apoyo!*

*¡Juntos saldremos adelante!*