Administración de la Mercadotecnia

*Profa. Lorena Montero Bernal*

**Grupo: 53-A**

|  |  |
| --- | --- |
| **TEMA: INTRODUCCION A LA MKT****Subtema: a) Antecedentes de la MKT en México** **b) Concepto de MKT** **c) Importancia de la MKT** |  **Clases: 6-10**  **Fecha: 12-16 de febrero-2018**  |

**OBJETIVOS:**

1. Conocer los antecedentes del comercio en México
2. Definir el concepto de MKT

**INSTRUCCIONES**: Imprimir, pegar en cuaderno, lee y subraya con marca-textos amarillo lo que consideres más importante.

**CONTENIDO TEORICO:**

**1.1 Antecedentes de la MKT en México**

México estuvo habitado, antes de la llegada de los españoles, por diferentes pueblos, tales como los chichimecas, zapotecas, mixtecos, huastecos, totonacas, olmecas, toltecas, mayas, teotihuacanos y aztecas, entre otros. Fueron estos últimos los que poblaron el Altiplano Central y constituyeron una de las culturas más resplandecientes del periodo prehispánico.

En 1325 los aztecas fundaron la gran ciudad de Tenochtitlán, y una en esa época existían los **pochtecas** o comerciantes, Bernal Díaz del Castillo habla de los tianguis de Tlatelolco.

También Fray Toribio de Benavente, mejor conocido como Motolinía, habla del tianguis: “el lugar donde venden y compran llámanle **tiantiztli**”

El antropólogo Jacques Soustelle, en su libro La vida cotidiana de los aztecas publicado en 1955, señala que antes de la Conquista existían comerciantes que, de manera ocasional o permanente, es decir en tianguis, vendían sus mercancías tales como verduras, aves, peces, telas y baratijas: este tipo de comerciantes no formaban una clase específica entre la población. Había otros, los **pochtecas,** que eran comerciantes que tenían el monopolio delcomercio y constituían una clase privilegiada.

Los jefes de estas organizaciones preparaban y dirigían caravanas que marchaban a provincia para vender los productos de México (telas, tinturas de cochinilla, hierbas medicinales, etc.) de provincia traían también artículos que eran considerados más bien de lujo (jade verde, esmeraldas, caracoles marinos, etc.).

El mercado o **Pochtlan** más importante fue Tlatelolco, en su obra Historia general de las cosas de la Nueva España el fraile Sahagún hace referencia a los tianguis y de las costumbre en los trueques.

Los principales mercaderes que se llamaban **tealtinime** o **tecoanime** llevaban esclavos para vender, hombres, mujeres y muchachos y vendíanlos para su sacrificio.

Los mercaderes mexicanos hicieron también el comercio marítimo en muchas barquillas. El comercio de Texcoco, con Xochimilco, con Cuitláhuac, con Chalco y con otras ciudades sobre la laguna se hacía por agua formando una cadena grande de interrelación comercial, por lo que había en dicha laguna más de 50,000 canoas de diferentes tamaños.

Todo lo que no se transportaba por agua se llevaba a cuestas, para lo cual había gente que desempeñaba este trabajo; se les llamaba **tlamama** o **tlameme** y eran enseñados desde niños a ese ejercicio en que debían emplearse toda la vida. La carga era solamente de unos 23 kg y normalmente las jornadas eran de unos 28 km.

**TAREA:**

1.2 Investigar tres conceptos de mercadotecnia, anótalos en tu cuaderno.

1.3 Concepto de MKT

**Actividad humana dirigida a satisfacer necesidades, carencias y deseos a través de procesos de intercambio.**

PREGUNTAS:

1. Se pueden realizar estas actividades en organizaciones no lucrativas???
2. Dónde inician sus actividades???
3. A qué se enfoca la MKT???
4. Cuál es el punto de partida de la MKT???

Concepto dentro de la Administración:

**Orientación administrativa que sostiene que la tarea clave de la administración es determinar, deseos y valores de un mercado meta, a fin de adaptar la organización al suministro de las satisfacciones que se desean, de un modo más eficiente y adecuado que sus competidores.**

**TAREA:**

Investigar el objetivo y la importancia de la MKT.

 Materia Administración de la Mercadotecnia

*Profa. Lorena Montero Bernal*

**Grupo 53-A**

|  |  |
| --- | --- |
| **Caso Práctico No. 2**  |  **Clases 6-10** **Fecha: 12 al 16 febrero-2018**  |

**OBJETIVO:** Analizar y entender las diferencias entre MKT y ventas.

**DESARROLLO:**

* 1. Pensemos por qué usamos de manera indistinta la palabra ventas para definir lo que es MKT.
	2. Identifica las diferencias entre estos dos conceptos.