



**UNEXIA**  
UNIVERSIDAD DE NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTO

# Fundamentos de Mercadotecnia Aplicada

MMV-101 · CUATRIMESTRE 1º

100% EN LÍNEA

Maestría en Mercadotecnia y Ventas · Semana 1 - Unidad 1

La asignatura busca que el estudiante comprenda y aplique los principios fundamentales de la mercadotecnia en contextos reales, fortaleciendo la toma de decisiones estratégicas orientadas al posicionamiento, competitividad y generación de valor.

# Objetivo de la Semana

## Semana 1

Unidad 1: Fundamentos de la Mercadotecnia

### ¿Qué lograrás esta semana?

Analizar los fundamentos de la mercadotecnia, su evolución, enfoques y tendencias actuales, comprendiendo su impacto en las organizaciones y en la construcción de estrategias orientadas al cliente y a resultados.

# ¿Qué es la Mercadotecnia?

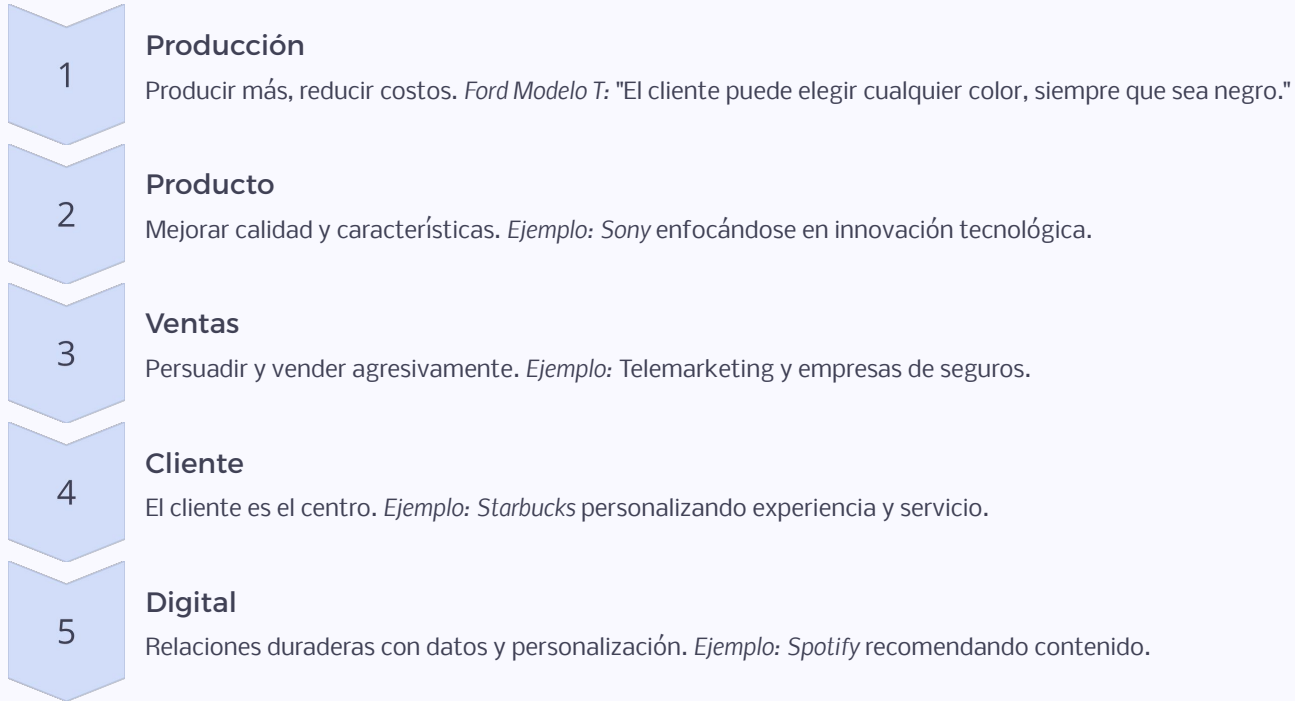
La mercadotecnia es el conjunto de estrategias, procesos y actividades orientadas a **identificar necesidades del mercado**, generar valor para el cliente y alcanzar objetivos organizacionales.

"La mercadotecnia consiste en identificar y satisfacer necesidades humanas y sociales de manera rentable."

— *Philip Kotler*



# Evolución de la Mercadotecnia



# Enfoques Actuales y Caso

## Tesla de la Mercadotecnia

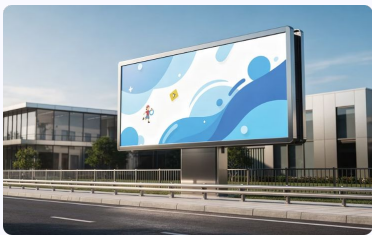
Enfoque	Características
Tradicional	Medios masivos, publicidad unidireccional
Relacional	Fidelización y experiencia
Digital	Redes sociales, automatización y analítica
Social	Responsabilidad social y sostenibilidad
Neuromarketing	Decisiones emocionales del consumidor
Data Driven	Decisiones basadas en datos

## Caso Práctico: Tesla



- Marketing basado en comunidad
- Experiencia digital y fidelización emocional
- Posicionamiento aspiracional sin publicidad masiva

# Mercadotecnia Tradicional vs. Digital



## Mercadotecnia Tradicional

Utiliza medios físicos o masivos: TV, radio, revistas, volantes y espectaculares.

- **Ventajas:** Alto alcance local/nacional, posicionamiento masivo
- **Desventajas:** Difícil medición, alto costo, segmentación limitada



## Mercadotecnia Digital

Utiliza medios digitales: redes sociales, SEO, email marketing, publicidad digital y automatización.

- **Ventajas:** Medición en tiempo real, segmentación precisa, menor costo
- **Desventajas:** Saturación de contenido, dependencia tecnológica

# Cuadro Comparativo y Caso Nike

## Comparativo: Tradicional vs. Digital

Aspecto	Tradicional	Digital
Comunicación	Unidireccional	Bidireccional
Medición	Limitada	Precisa
Segmentación	General	Específica
Costos	Elevados	Flexibles
Interacción	Baja	Alta
Velocidad	Lenta	Inmediata

## Caso: Nike



### Tradicional

Patrocinios deportivos y anuncios televisivos

### Digital

TikTok, Instagram, influencers y apps deportivas con personalización

# Rol de la Mercadotecnia en las Organizaciones

La mercadotecnia no solo vende productos. También genera posicionamiento, identifica oportunidades, desarrolla ventajas competitivas, incrementa ventas, fortalece marcas y fideliza clientes.

## Impacto por Área

Área	Impacto
Ventas	Incremento de conversiones
Finanzas	Mayor rentabilidad
Operaciones	Planeación de demanda
Servicio	Fidelización
Dirección	Toma de decisiones

## Caso: Airbnb

Airbnb utiliza el marketing para generar confianza, posicionar experiencias, personalizar recomendaciones y construir una comunidad global.

**i** La mercadotecnia responde: ¿Qué necesita el cliente? ¿Cómo diferenciarnos? ¿Cómo generar valor y aumentar participación de mercado?

# Tendencias Actuales en Marketing



## Inteligencia Artificial

Automatización, segmentación, chatbots y personalización. *Ejemplo: Amazon con recomendaciones automatizadas.*



## Influencer Marketing

Colaboración con creadores de contenido. *Ejemplo: Shein usando microinfluencers.*



## Marketing Basado en Datos

Decisiones basadas en KPIs, analítica y comportamiento del usuario.



## Marketing de Contenidos

Blogs, podcasts y videos educativos que crean valor para el usuario.



## Omnicanalidad

Integración de canales físicos y digitales. *Ejemplo: Liverpool con tienda, web y app.*



## Experiencia del Cliente

Las empresas venden experiencias más que productos. *Ejemplo: Disney.*

## Mapa de Tendencias: Ecosistema Digital



Las tendencias actuales convergen en el cliente como centro de todas las estrategias. Las organizaciones que integran estas herramientas logran mayor competitividad, personalización y fidelización en mercados dinámicos.



## Conclusión de la Unidad

### **Evolución hacia el cliente**

La mercadotecnia ha evolucionado de un enfoque centrado en la producción hacia estrategias orientadas al cliente, los datos y la experiencia.

### **Integración digital**

Las organizaciones requieren integrar herramientas digitales, análisis de información y tendencias emergentes para mantenerse competitivas en mercados dinámicos.

### **Estrategias efectivas**

Comprender estos fundamentos permite desarrollar estrategias más efectivas, innovadoras y alineadas con las necesidades reales del consumidor.

# Bibliografía

## FUENTES DE CONSULTA

01

---

**Kotler, P. & Keller, K. (2022)**

*Dirección de Marketing*. Pearson.

03

---

**Armstrong, G. & Kotler,**

*Marketing*. Pearson Educación.

05

---

**Godin, S.**

*Esto es Marketing*. Empresa Activa.

02

---

**Stanton, W., Etzel, M. & Walker, B.**

*Fundamentos de Marketing*. McGraw-Hill.

04

---

**Chaffey, D.**

*Digital Marketing*. Pearson.

06

---

**Statista**

Sitio oficial de estadísticas y datos de mercado globales.