



INFORME FINAL
MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

Bryan Suarez Leyva

INTRODUCCION

En la actualidad, la mercadotecnia ha logrado un impacto profundo en la vida de millones de personas porque ejerce una influencia notoria en sus hábitos de compra, estilos de vida e incluso formas de trabajo. Algunos ejemplos de ésta afirmación, los vemos en la mayoría de las cosas que la gente utiliza a diario como los alimentos que consumen, la ropa que visten, las películas que ven, los libros que leen, los medios que utilizan para desplazarse, las instituciones educativas donde se forman, los lugares donde se distraen, los políticos por quienes votan, los préstamos a los que acceden, etc... Todo lo cual, puede ser encontrado, adquirido y utilizado como resultado de una o más actividades relacionadas con la mercadotecnia.

En el caso de las empresas, el impacto a sido aún mas notorio pues tuvieron que adaptar su estructura organizacional y filosofía empresarial al concepto de mercadotecnia, enfocando desde entonces su atención en las necesidades y deseos de sus clientes, mientras luchan por seguir siendo rentables. Para ello, tuvieron que implementar todo un departamento de mercadotecnia; el cual, tiene una fuerte influencia en las decisiones estratégicas de la empresa (inversiones, productos a comercializar, márgenes de utilidad, etc...), además de emplear a personal especializado, utilizar equipo e instalaciones adaptados a sus requerimientos, etc...

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar Fuentes veridicas sobre el tema.
- Ayudar a los lectores a entemder el tema.
- Analizar ambos temas tanto mercadotecnia como publicidad
- Determinar puntos importantes

METODOLOGIA

ESPECIFICACIONES
Elección y delimitación de temas
Objetivos generales y específicos
Planes de trabajo
Análisis y recopilación de información
Realización de Bitácora de información
Análisis de datos recabados
Encuestas e interpretación de resultados
Informes finales

DELEMITACION DEL TEMA

El paso más importante para empezar a trabajar en nuestro proyecto de investigación es escoger un tema determinado basado en nuestra área de estudio, de esta manera podemos generar los objetivos y delimitar de forma correcta el plan a seguir para trabajar.

La información que utilizamos está basada en Mercadotecnia y Publicidad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La información que recabamos nos permite darnos una gran idea de la

importancia que tiene conocer la diferencia entre mercadotecnia y Publicidad y que pueden trabajar de la mano una de la otra.