

Definición de Mercadotecnia por varios autores

DEFINICIONES DE MERCADOTECNIA POR VARIOS AUTORES

La mercadotecnia es una actividad humana, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades y deseos del ser humano – actuales y futuras – mediante procesos de intercambio, entendiendo por necesidades humanas, el estado de privación que siente las personas por poseer cierto producto o servicio.

Waldo Bustamante Peña

Apuntes de mercadotecnia para la microempresa rural

IICA Biblioteca Venezuela, 2001

11 pág.

Mercadotecnia es el análisis, organización, planeación y control de los recursos, políticas y actividades de la empresa que afectan al cliente, con vistas a satisfacer las necesidades y deseos de los grupos escogidos de clientes, obteniendo con ellos una utilidad.

Kotller

Teoría del diseño II: demandar

Universidad Iberoamericana

176 pág.

Es una serie de actividades que las empresas o instituciones realizan para satisfacer las necesidades de los consumidores y facilitar la adquisición de los satisfactores (producto o servicios) en la cantidad, lugar, tiempo y precio más convenientes.

Ventas y mercadotecnia para la pequeña y mediana empresa

Raúl Gutiérrez García

Universidad Iberoamericana, 1999

19 pág.

