

La mercadotecnia y otras disciplinas



UNIVERSIDAD DE
GUADALAJARA

Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco

 UDG VIRTUAL®

¿Tiene la mercadotecnia relación con otras áreas del conocimiento?

La mercadotecnia se considera dentro de las áreas Económico-administrativas, las cuales están inmersas dentro de las Ciencias Sociales.

La mercadotecnia toma conocimientos y aplicaciones de otras áreas y los combina para la mejor comprensión de los clientes.

Mercadotecnia

- ✓ Psicología
- ✓ Economía
- ✓ Derecho
- ✓ Ciencias de la Comunicación
- ✓ Sociología
- ✓ Estadística
- ✓ Informática
- ✓ Administración

La mercadotecnia y la informática

La informática brinda automatización y soporte a las actividades e información de la mercadotecnia. Además, se combinan como los grandes protagonistas de la mercadotecnia digital.



La mercadotecnia y las ciencias de la comunicación

La comunicación forma parte de la mercadotecnia, corresponde a la “promoción”.

Las ciencias de la comunicación estudian los procesos de comunicación y las formas de comunicar, y al integrarlas a la mercadotecnia se enfocan al cliente.



La mercadotecnia y la administración

La mercadotecnia es una disciplina administrativa, que se apoya en el proceso administrativo para su desempeño (planeación-organización-dirección-control).

Al requerir recursos y reeditar en ganancias, se fusiona con las diversas disciplinas administrativas (contabilidad, finanzas, recursos humanos, etc.), para conformar un todo en las organizaciones.



La mercadotecnia y la estadística

La estadística brinda las herramientas necesarias para la recolección, análisis e interpretación de datos en la investigación de mercados.



La mercadotecnia y la psicología

Los conocimientos derivados de la psicología apoyan al entendimiento del comportamiento y procesos mentales de los individuos, quienes toman las decisiones de compra y viven la experiencia del producto o servicio, esto facilita la mejora permanente de estos procesos desde la mercadotecnia.



La mercadotecnia y la sociología

Los conocimientos derivados de la sociología apoyan a la mercadotecnia al entendimiento de los comportamientos sociales de grupos de individuos, sus causas y consecuencias, detección de necesidades y tendencias, etc.



La mercadotecnia y la economía

La economía como área de estudio brinda amplia información para la comprensión de las tendencias de los mercados, la competencia, el crecimiento económico y la microeconomía aplicada a las empresas y las familias.



La mercadotecnia y el derecho

El derecho delimita los alcances legales de la práctica de la mercadotecnia para asegurar con ello el respeto al consumidor y la competencia.



Referencias bibliográficas

Rodríguez, R. (s.f.). Fundamentos de mercadotecnia. Recuperado de http://www.adizesca.com/site/assets/me-fundamentos_de_mercadotecnia-ar.pdf

Asesora:
Mtra. Cristina Díaz Pérez