



**UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO**



**DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS**

**LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA**

**ASIGNATURA: MERCADOTECNIA**

**TEMA: EVOLUCIÓN DEL MARKETING**

**PROFESORA: DR. MINERVA CAMACHO JAVIER**

**CICLO: 02-2024**

**ALUMNA: ANDREA CRUCES HERRERA**

**FECHA: 23 DE AGOSTO DE 2024**

## Índice

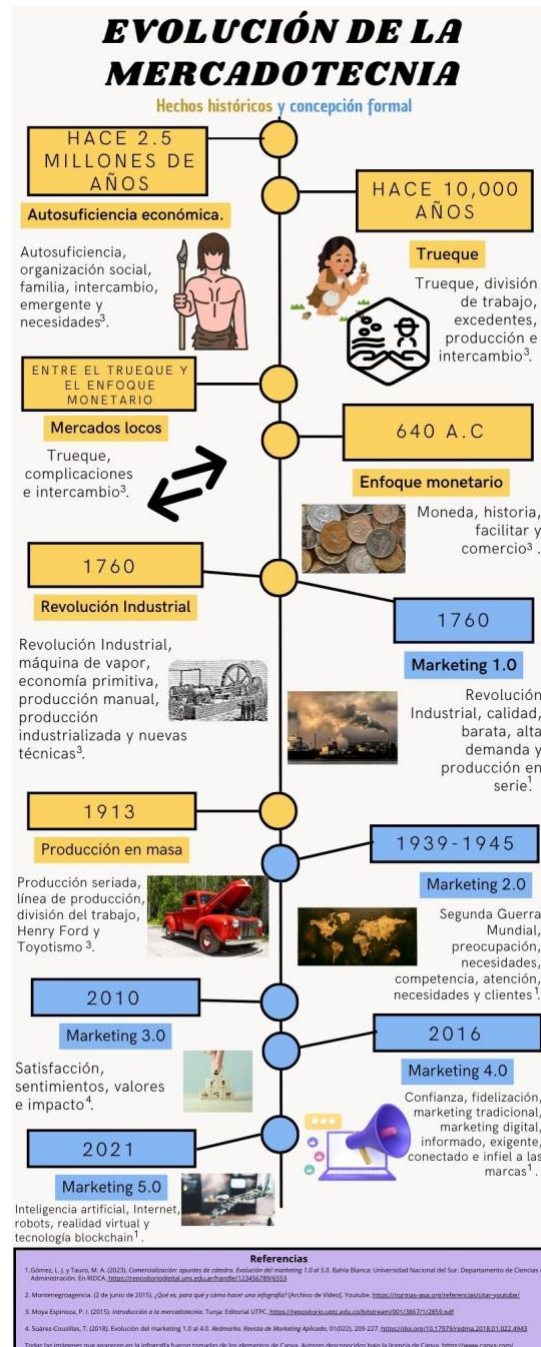
<b><i>Introducción</i></b> .....	3
<b><i>Esquema</i></b> .....	4
<b><i>Conclusión</i></b> .....	5
<b><i>Referencias</i></b> .....	6

## **Introducción**

La siguiente infografía tiene como propósito analizar la evolución del marketing desde hechos históricos hasta su concepción formal. Esta actividad será de ayuda para comprender los cambios fundamentales en la disciplina a lo largo del tiempo. Tiene como objetivo elaborar una línea del tiempo de manera gráfica sobre la evolución del marketing, resaltando los momentos clave y las transformaciones en su enfoque, utilizando palabras clave para destacar los conceptos más relevantes de cada etapa.

Esta infografía abarca los hechos históricos desde la prehistoria hasta la concepción formal de la evolución de la mercadotecnia a través de 11 etapas. En este trabajo se incluyen los tipos de marketing desde el 1.0 hasta el 5.0, de manera comprensible y conciso, por lo que el texto se limitará a palabras clave.

## Esquema



Liga de la infografía:

[https://www.canva.com/design/DAGOh93GmAE/WoewKF16yLCmbfxWjCb0VQ/edit?utm\\_content=DAGOh93GmAE&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAGOh93GmAE/WoewKF16yLCmbfxWjCb0VQ/edit?utm_content=DAGOh93GmAE&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

## **Conclusión**

A través de esta actividad se logró analizar la evolución de la mercadotecnia desde sus orígenes hasta su establecimiento como disciplina formal. A través de esta investigación, se identificaron dos etapas fundamentales: la primera, que corresponde a la transición desde el simple intercambio de bienes hacia estrategias estructuradas de promoción; la segunda, que se refiere a la evolución del enfoque centrado en el producto hacia una orientación al consumidor.

La integración conceptual en la línea del tiempo permite la comprensión visual del desarrollo histórico del marketing. Asimismo, se logró adquirir habilidades en la síntesis y presentación visual de información compleja. Estos procesos metacognitivos promueven el desarrollo de competencias comunicativas propias de la profesional de la mercadotecnia.

## Referencias

Gómez, L. J. y Tauro, M. A. (2023). Comercialización: apuntes de cátedra. Evolución del marketing 1.0 al 5.0. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur. Departamento de Ciencias de la Administración. En RIDCA.

<https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/6553>

Montenegroagencia. (2 de junio de 2015). *¿Qué es, para qué y cómo hacer una infografía?* [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://normas-apa.org/referencias/citar-youtube/>

Moya Espinoza, P. I. (2015). *Introducción a la mercadotecnia*. Tunja: Editorial UTPC.

<https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/3867/1/2859.pdf>

Suárez-Cousillas, T. (2018). Evolución del marketing 1.0 al 4.0. *Redmarka. Revista De Marketing Aplicado*, 01(022), 209–227.

<https://doi.org/10.17979/redma.2018.01.022.4943>