



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

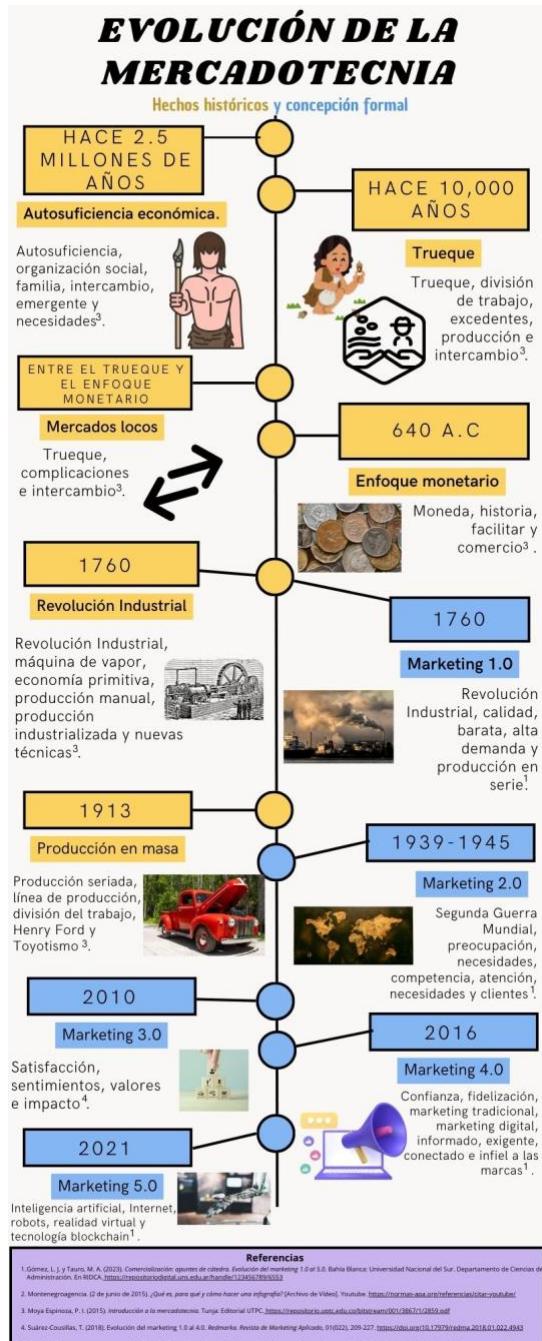
<i>Introducción</i>	3
<i>Esquema</i>	4
<i>Conclusión.....</i>	5
<i>Referencias.....</i>	6

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

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>