

MERCADOTECNIA: Definición y funciones generales

Por Jorge Everardo Aguilar Morales

2019

marker

marker

Concepto de Marketing

- Para la Asociación Americana de Marketing, el marketing es la acción de planear y ejecutar la concepción, precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan las necesidades de los individuos y las organizaciones.

marker

marker

De esta definición se desprende las acciones generales que se realizan cuando se administra el marketing de una organización son:

- **Realizar un análisis de las oportunidades comerciales o de marketing**
- **Desarrollar estrategias de marketing**
- **Tomar decisiones de marketing**
- **Administrar programas de mercadotécnica**
- **Evaluar los programas de marketing**

marker

marker

Realizar un análisis de las oportunidades comerciales o de marketing implica

- Medir la demanda de bienes, ideas, productos o servicios
 - Implementar sistemas de registros internos
 - Implementar sistemas de inteligencia de marketing
- Analizar el mercado de consumo y la conducta del consumidor
- Analizar el mercado de los negocios y la conducta de grandes empresas consumidoras
- Identificar segmentos de mercado que presentan oportunidades y seleccionar los mercados meta
- Analizar la conducta de la competencia

marker

marker

Desarrollar estrategias de marketing implica

- **Desarrollar nuevos productos**
- **Posicionar productos en nuevos mercados**

marker

marker

Tomar decisiones de marketing implica

- Administrar líneas de productos y marcas
- Administrar servicios
- Fijar precios

marker

marker

Administrar programas de mercadotecnia implica

- Administrar los canales de distribución
- Administrar ventas al detalle, mayoreo y logística de mercados
- Administrar procesos de comunicación integrados al marketing
- Administrar la publicidad, la promoción de ventas y las relaciones públicas
- Administrar la fuerza de ventas
- Administrar el marketing directo y en línea

marker

marker

Evaluar programas de mercadotecnia implica

- Establecer indicadores del buen funcionamiento del programa de marketing.
- Elaborar instrumentos para recolectar información sobre los indicadores establecidos.
- Recolectar datos sobre los indicadores.
- Comparar los datos con los indicadores establecidos.
- Emitir un juicio sobre el logro de los resultados.
- Establecer medidas correctivas.

marker

marker

CRÉDITOS

MERCADOTECNIA:
Definición y funciones generales
Jorge Everardo Aguilar-Morales
2018

Si desea mayor información, comuníquese con nosotros y con gusto le brindaremos la orientación que requiera.

marker

marker



DIRECCIÓN
DE PERSONAL .COM



Direcciondepersonal.com es una marca registrada.

Todos los materiales tienen derechos de autor pero existe la autorización para que puedan ser reproducidos sin fines de lucro y notificando a los autores de su reproducción.

Algunas de las ilustraciones pudieron haber sido tomadas de sitios de acceso libre, si posee los derechos de autor de ellas comuníquese con nosotros y a la brevedad retiraremos la imagen de la presentación.

DIRECCIÓN
DE PERSONAL .COM



Es un sitio auspiciado por

**GESTIÓN DEL
COMPORTAMIENTO
ORGANIZACIONAL**
CONSULTORÍA



El primer despacho de consultoría en América Latina que utiliza de forma explícita los principios derivados de las ciencias del comportamiento PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD Y LA SATISFACCIÓN DEL PERSONAL en un ambiente de trabajo colaborativo.

E-mail: gestiondelcomportamiento@gmail.com

En Facebook [/Jorge Everardo Aguilar Morales](#)

[/direcciondepersonal](#)

marker

marker