

SOLUCIÓN DE EJERCICIOS

Funciones de Mercadeo

- **Fijación de Precios**
 - Las decisiones de fijación de precios dictaminan cuánto cobrar por los bienes y servicios para tener una ganancia.
- **Administración de Producto/Servicio**
 - Consiste en conseguir, desarrollar, mantener y mejorar un producto o una mezcla de productos en respuesta a las oportunidades del mercado.
- **Promoción**
 - Esfuerzo para informar, persuadir o recordar a los clientes potenciales los productos o servicios de una empresa.
- **Venta**
 - Provee a los clientes los bienes y servicios que quieren.

MERCADEO

PROCESO QUE SE REALIZA PARA PROMOVER UN PRODUCTO O ACTIVIDAD.

Funciones de Mercadeo

- **Distribución**
 - Proceso de decidir cómo poner los bienes en las manos de los consumidores.
- **Financiamiento**
 - Conseguir el dinero necesario para pagar la iniciación y puesta en marcha de un negocio.
- **Administración de información de mercadeo**
 - Los buenos negocios y las decisiones de mercadeo se basan en información real de clientes, tendencias y productos competitivos.

¿QUÉ ES EL MERCADEO?

EL MERCADEO ES AQUEL PROCESO QUE SE REALIZA PARA PROMOVER UN PRODUCTO O ACTIVIDAD. ESTE SE COMPRENDE DESDE EL MOMENTO EN QUE UNA IDEA ES PLANTEADA, HASTA CUANDO SON ELABORADOS LOS PLANES Y ESTRATEGIAS, LUEGO EJECUTADOS, Y FINALMENTE

**CUANDO SE VEN LOS RESULTADOS DE PRODUCTIVIDAD, ES DECIR
CUANDO HA LLEGADO A MANOS DEL CONSUMIDOR.**

**EL OBJETIVO DEL MERCADEO CONSISTE EN FIDELIZAR A
LOS CLIENTES A TRAVÉS DEL USO Y EMPLEO DE DIVERSAS ESTRATEGIAS
Y HERRAMIENTAS.**

**LA PALABRA MERCADO DERIVA DEL LATÍN *MERCATUS*, QUE SIGNIFICA
COMPRAR. A ESTE TÉRMINO SE LE SUMA LA ORIENTACIÓN AL ESTUDIO
DE MERCADO, QUE DA COMO RESULTADO LA PALABRA MERCADEO.
FUNCIONES DEL MERCADEO**

**LAS FUNCIONES ESENCIALES EN LAS QUE SE CONCENTRA EL
MERCADEO SON LAS SIGUIENTES:**

- **EJECUTAR EL MERCADO TOMANDO EN CUENTA AL CONSUMIDOR.**
- **INVESTIGAR PERMANENTEMENTE AL CONSUMIDOR, CONSIDERAR LA COMPETENCIA, LOS PRODUCTOS MÁS VENDIDOS Y LOS DIFERENTES MERCADOS.**
- **SELECCIONAR LOS CLIENTES IMPORTANTES Y BUSCAR FIDELIZARLOS.**
- **EXPLORAR LOS MERCADOS INNOVADORES.**
- **ACOPLARSE Y RESPONDER RÁPIDO A LA INNOVACIÓN.**
- **PROTEGER EL PRODUCTO DE DIVERSAS AMENAZAS DE MERCADO.**
- **REALZAR Y PROMOCIONAR LA MARCA.**
- **BUSCAR LIDERAR EL MERCADO.**

OBJETIVO DEL MERCADEO

**EL PRINCIPAL OBJETIVO DEL MERCADEO CONSISTE EN DETECTAR LAS
MEJORES OPORTUNIDADES DE MERCADO, IDENTIFICAR AQUELLAS MÁS
RENTABLES Y FACTIBLES, TENER UNA PARTICIPACIÓN DESTACADA EN**

EL MERCADO Y BENEFICIAR A LA EMPRESA CUMPLIENDO SUS OBJETIVOS.

ADEMÁS, ES RESPONSABLE DE CONTAR CON UNA INFORMACIÓN FIDEDIGNA E IMPORTANTE SOBRE EL MERCADO, LOGRAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SATISFACTORIOS, DISTRIBUIRLOS DE MANERA ÓPTIMA, FIJAR UN PRECIO IDEAL, PROMOCIONAR, PERSUADIR Y ENTRAR DE FORMA EXITOSA EN LOS MERCADOS.
TIPOS DE MERCADEO

PODEMOS CLASIFICAR EL MERCADEO EN 9 TIPOS DIFERENTES:

MERCADEO ANALÍTICO

ESTE SE BASA EN ANALIZAR TODOS LOS COMPONENTES EXTERNOS E INTERNOS DEL PRODUCTO O MERCADO A IMPULSAR, Y ADEMÁS REALIZAR UN ANÁLISIS PARA EVALUAR .

LAS MEJORES ESTRATEGIAS.

UNA DE LAS HERRAMIENTAS MÁS UTILIZADAS EN ESTA CLASIFICACIÓN, PARA ANALIZAR Y ELABORAR ESTRATEGIAS, ES EL USO DE LA MATRIZ FODA.

MERCADEO ESTRATÉGICO

ESTE TIPO DE MERCADEO, QUE SE RELACIONA CON EL ANALÍTICO, BUSCA DETECTAR LAS MEJORES ESTRATEGIAS PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DEL MERCADO.
MERCADEO OPERACIONAL

ESTE SE PUEDE CONSIDERAR COMO UNA ÚLTIMA ETAPA DE LOS MENCIONADOS ANTERIORMENTE (ANALÍTICO Y ESTRATÉGICO), YA QUE BUSCA QUE LA ESTRATEGIA PLANTEADA SE LLEVE A CABO MEDIANTE DIFERENTES ACCIONES.



MERCADEO EMOCIONAL

EL MERCADEO EMOCIONAL TRABAJA PARA AQUELLOS CONSUMIDORES QUE COMPRAN UN PRODUCTO O SERVICIO POR IMPULSO EMOCIONAL. COMO ESTÁ LIGADO A LAS EMOCIONES, BUSCA POTENCIAR UNA MARCA O PRODUCTO A TRAVÉS DE LAS EMOCIONES DE LAS PERSONAS, NO MEDIANTE LA RACIONALIDAD, PARA QUE ESTOS REALICEN COMPRAS DE MANERA COMPULSIVA.

MERCADEO VIRAL

ES RECONOCIDO POR SU USO DE LAS REDES SOCIALES. SE DA CUANDO UN PRODUCTO O MARCA COMIENZA A CIRCULAR RÁPIDAMENTE A TRAVÉS DE MEDIOS ELECTRÓNICOS TALES COMO REDES SOCIALES, CORREO, ETC.

MERCADEO RELACIONAL

ESTE TIPO DE MERCADO SE CENTRA EN FOMENTAR LAS BUENAS RELACIONES ENTRE EL CLIENTE Y LAS EMPRESAS, PARA ATRAER LA ATENCIÓN DE LOS CONSUMIDORES.

MERCADEO RENTABLE

TIPO DE MERCADEO QUE BUSCA PRODUCIR MÁS GANANCIAS A TRAVÉS DE LA DISMINUCIÓN DE DIVERSOS COSTOS.

MERCADEO GLOBAL

ESTE SE ENCARGA DE REALIZAR FUNCIONES EN EL MERCADO INTERNACIONAL, APLICANDO TÉCNICAS PARA LA LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN EN DIVERSOS PAÍSES Y EL LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS Y MARCAS.

MERCADEO SOCIAL

ESTE MERCADEO BUSCA SATISFACER AL MERCADO A TRAVÉS DE ACCIONES SOCIALES, REALIZANDO UN ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE LA SOCIEDAD.

DEFINICIÓN

EN DEFINICIÓN EL MERCADEO ES LA FUNCIÓN DENTRO DE LA EMPRESA QUE TIENE COMO ROL IDENTIFICAR TANTO NECESIDADES COMO DESEOS DE CONSUMIDORES Y/O CLIENTES, DETERMINAR MERCADOS , DISEÑAR PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE GENEREN CADENAS DE VALOR HACIA ESTOS CONSUMIDORES Y CLIENTES, MEDIANTE UNA RELACIÓN SOSTENIBLE Y DURADERA, QUE LE ASEGUEN .





YIRYS