

Mellanie de Paz
Gto. Admon

Tarea #2
26/07/21

Administración de la mercadotecnia

Cuando hablamos de administración se entiende por el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que trabajando en grupos los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos.

Hoy en día las empresas deben apoyarse en las herramientas mercadológicas para poder alcanzar sus metas de ventas, participación de mercado y retorno sobre la inversión. Como lograr la mayor satisfacción del cliente así como con sus expectativas.

Entonces la administración de la mercadotecnia es el proceso de planeación, organización, dirección y control.

Las actividades de la mercadotecnia pueden tener distintos enfoques. Como: 1) Cuantitativo o de operaciones, 2) por funciones, 3) de costos, 4) histórico, 5) institucional.

ellanie de Pat
oto. Admon

Tarea #2

La administración de la mercadotecnia se considera como un proceso de análisis de oportunidades, de elegir objetivos

Cada enfoque tiene su concepto y a continuación explicaremos de qué trata cada uno

El enfoque de costos: se hacen comparaciones, se consideran influencias y se toman decisiones.

El enfoque histórico: se encarga de analizar el desarrollo de la mercadotecnia y evaluar las razones por las que se suscitan cambios.

El enfoque institucional: Se trata desde el punto de vista de una institución es un fabricante, un mayorista o un minorista.

Enfoque por artículo: Va de acuerdo con las actividades relacionadas con el bien o servicio que se produce.

Mellanie do Paz
6to. Admon

26/07/21
Tarea #2

Enfoque Cuantitativo: Se basa en los registros más recientes de la mercadotecnia, como técnicas para tomar decisiones.

El enfoque y funciones: Hace referencia a la mercadotecnia según las funciones y actividades para lograr los objetivos.

La administración de la mercadotecnia tiene 5 etapas son: Planeación, Organización, Dirección, Integración, Control.

Definamos las siguientes?

Planeación de la mercadotecnia

Determina que es lo que se va hacer, cuando y donde o quien lo llevara a cabo.

Permite estimular el pensamiento sistémico de la gerencia de mercadotecnia. Orienta a la organización sobre los objetivos, políticas y estrategias que deberá llevar a cabo. También es que existan desarrollos sorprendentes de las actividades de toda la empresa.

Mellanie depar
Gto. Admón.

26/07/21
Tarea #2

Algunas compañías pueden encontrarse en varias etapas de la planeación de un negocio? Etapa no planeada o la gerencia no toma o planea las operaciones necesarias para sobrevivir. Etapa del sistema de presupuestos: Conoce la necesidad de implementar un sistema de presupuestos que facilite el financiamiento.

Etapa de la planeación estratégica: Pasa por varios procesos por mejorar su estructura en general.

Fases de la planeación de mercadotecnia

1. Análisis de la situación de la empresa: Consiste en estudiar los factores internos y externos cuidadosamente de una compañía.
2. Pronósticos de mercadotecnia: Representa la base de todos los presupuestos y las operaciones de la empresa.
3. Fijación de objetivos de la mercadotecnia: Determinar lo que se desea alcanzar mediante las actividades mercadológicas.

Mellanie de Pat
loto Admon

26/07/21
Tarea #2

4. Selección de estrategias y facturas: La estrategia es un punto clave de un plan de acción para utilizar los recursos de una empresa

5. Evaluación de resultados o control: Aquí se verifica lo real con lo planeado

Organización de la mercadotecnia

Es delimitar responsabilidades y asignar autoridad a personas que ponen en práctica el plan de la mercadotecnia.

Las características de una empresa se integran por las siguientes funciones: administración general, mercadotecnia, producción, finanzas y recursos humanos.

Este departamento asume funciones si crece conforme la empresa fue creciendo. Se advirtió la necesidad de investigar el mercado y hacer publicidad.

26/07/21
Tarea #2

Melanie de la
bto. Admón.

