

IPRAM

Nombre:

Alexandra Maria Cienfuegos Barrios

Curso:

Marketing III

Tema:

Actividad 2. Investigar las funciones del marketing.

Grado y Carrera:

Sexto Período en Administración de Empresas

Coordinadora:

Mayke Escobar

Ciclo Escolar

2021

Presentación²

El presente trabajo consta de lo siguiente: *Investigación sobre las funciones del Marketing* en las cuales las conoceremos a fondo y con una explicación comprensible para todos.

Funciones del Marketing

Investigación de mercado: en esta fase, el departamento de marketing analiza las necesidades de los consumidores así como sus preferencias, deseos y sus hábitos o comportamientos, se trata de una fase de carácter experimental en la que los especialistas de marketing pueden llevar a cabo diferentes procedimientos para intentar entender mejor el sector.

Análisis del producto o servicio y sus competidores.

Habiendo cumplido con la fase previa el departamento puede reunir la información necesaria para determinar qué posición ocupa el producto o servicio, cuáles son sus áreas de oportunidad, sus canales de distribución o los medios de promoción. Se analizará la competencia detectando sus estrategias para prever sus acciones y localizar puntos débiles; cuáles son los principales competidores, cuál es su público target, su experiencia en el sector, sus ventajas y fortalezas, debilidades. De esta manera, no solo se conocerá el sector o la competencia, sino que también se ganará conciencia sobre las fortalezas y debilidades

del producto para así establecer un mejor plan de mejora y "ataque"

Planificación y Desarrollo de estrategias de Marketing
Gracias a todos los datos recopilados hasta el momento, las funciones del departamento de marketing podrán enharse en formular estrategias que permitan alcanzar los objetivos propuestos, sobre todo en cuanto a la satisfacción de los consumidores

Desarrollo de pronósticos: partiendo de los análisis descritos en los puntos anteriores, se pueden establecer unos objetivos a cumplir, tanto a corto como a medio y largo plazo, gracias a los pronósticos, se puede hacer una predicción sobre timings, es decir, cuando podrán conseguir estos objetivos

Comunicación Externa e Interna.

Si nos planteamos que la comunicación es una de las principales funciones del departamento de marketing, probablemente lo asociaremos al público objetivo y los clientes. Y no estamos equivocados: la comunicación con el público afianzado o potencial, se llevará a cabo por los medios que resulte más efectivos.

Criterio Personal

Aquí finaliza el presente trabajo el cual nos dio una breve explicación sobre las funciones del marketing que nos facilitara entender y así ponerlas en práctica en nuestra empresa.