

INSTITUTO PRIVADO
RAFAEL AREVALO MARTINEZ

Nombre: Anthony Abel Pivaral
Serrano

Catedrática: MAITE ESCOBAR

Curso: Mercadotecnia III

Grado: sexto

Carrera: Perito En Administración
de Empresas.

Tarea N: 2

Presentación

El marketing es el estudio
e implementación de estrategias
que ayudarán a la organización
a vender un producto o servicio

Funciones del Marketing

Una empresa actualmente tiene diferentes niveles de personal organizados según los objetivos y las circunstancias de la empresa. El correcto funcionamiento de la empresa implica que las tareas sean delegadas en algunos grupos de empleados que tienen concretamente esas funciones. Un grupo funcional tal en las empresas actuales es el departamento de marketing.

El departamento de Marketing de una empresa debe iniciar y coordinar esfuerzos de venta. Esta es su función principal.

El objetivo del departamento de Marketing es ubicar y conseguir un posicionamiento para la empresa en el mercado y de esta forma incrementar las ventas y los ingresos.

Cuatro funciones:

Investigación: debe realizar estudios de mercado en el cual compete la empresa, en estos estudios se realiza un análisis externo e interno.

de la empresa. También debe tener en cuenta los factores que le pueden influenciar, el análisis interno por el cual se estudia el funcionamiento de nuestra empresa, viendo puntos fuertes y débiles en nuestra organización.

La Planificación: En primer lugar, se debe determinar el objetivo final que tendremos, y a partir de ahí, el departamento construirá un plan dividido en acciones a corto plazo y largo plazo, el plan de acciones debe tener una duración de tres años, para así tener tiempo suficiente para adaptarlos a la visión de la empresa y concretar las misiones que nos permitirán alcanzarla.

Implementación: Una vez realizado el plan de acciones, debemos asignar las tareas a los diferentes subgrupos y equipos dentro del departamento de marketing, es importante la comunicación entre las diferentes organizaciones internas y por lo tanto, es necesario crear un sistema de comunicación eficaz entre ellas.

Feedback y monitorización: lo que debe realizar el departamento de marketing es el seguimiento y comprobación de que las medidas tomadas están siendo tomadas son eficaces, debe cumplir con las expectativas a nivel humano la competitividad entre los diferentes equipos debe ser correcto, económico deben generar beneficios y añadir valor y estrategias con la empresa.



Comentario

El marketing en una empresa tiene diferentes objetivos y funciones que ayudan a mejorar las ventas en nuestra empresa.