

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

**Instituto de Ciencias
Económico
Administrativas**



- Área Académica: Lic. en Administración
- Tema: Funciones de la Mercadotecnia
- Profesor(a): M.M. Viridiana García Hideroa
- Periodo: Enero-Junio 2022

Tema: Funciones de la mercadotecnia

Resumen : La mercadotecnia tiene distintas funciones, que apoyan a la toma de decisiones de las organizaciones con el fin de establecerse en los mercados a los cuales estan enfocados

Palabras Clave: mercadotecnia, funciones, mercados, decisiones

Tema: Funciones de la mercadotecnia

Abstract: Marketing has different functions that support the decision making of organizations in order to establish themselves in the markets to which they are focused.

Keywords: marketing, functions, market, decision



Objetivo General

Identificar las funciones principales de la mercadotecnia, con el fin de reconocer la importancia de la misma para las organizaciones, así como los beneficios que le otorga.

Objetivos Específicos

Identificar las distintas funciones de la mercadotecnia.

Conocer los beneficios de la mercadotecnia para las organizaciones

Introducción

Las funciones de la mercadotecnia proporcionan a las organizaciones crear estrategias que permitan a las empresas desde conocer las necesidades insatisfechas del mercado hasta desarrollar relaciones de comunicación exitosas con los mismos.

El éxito del marketing requiere del reconocimiento de estas funciones y de una buena administración de la misma.



Fuente: Elaboración propia 2022

Funciones de la Mercadotecnia

- Para Fisher y Espejo (2016) consideran dentro de las funciones mas importantes del marketing las siguientes:
- **INVESTIGACIÓN DE MERCADO:** Considerada una función primordial para las organizaciones, consiste en realizar estudios con el fin de conocer las características mas sobresalientes de los clientes potenciales, como por ejemplo: qué compran, donde compran, cada cuanto tiempo, etc.



FUENTE: <https://www.webnexo.es/wp-content/uploads/2019/12/INVEs-1030x472.jpg>

- **DESARROLLO DE PRODUCTOS:** Esta función hace referencia al diseño del producto, es decir, que realmente satisfaga las necesidades del cliente, además de crear diferenciadores en el mismo, como el nombre, el envase, etc.
- **DECISIONES DE PRECIO:** Consiste en establecer un precio justo que cumpla con las necesidades de la organización así como del mercado.
- **PLAZA:** Esta función esta relacionada con lograr que el producto llegue del fabricante al consumidor, estableciendo estrategias enfocadas al transporte, almacenaje y logística



FUENTE: https://www.freepik.es/ector-premium/productos-alimenticios-productos-cocina-envasados-productos-supermercado-comida-enlatada-tarro-galletas-crema-batida-huevos-paquete-icomas-flat_5954816.htm



FUENTE: <https://www.pabloyglesias.com/wp-content/uploads/2020/10/precio-vs-valor.jpg>



FUENTE: <https://www.gestion.org/wp-content/uploads/2017/04/canales-de-distribucion-662x530.jpg>

- **PROMOCIÓN:** Consiste en dar a conocer el producto, se debe persuadir a los clientes de que adquieran los artículos que satisfagan sus necesidades, esta función se realiza a través de medios masivos de comunicación, así como de folletos, muestras, regalos, etc.
- **VENTA:** Es la función que consiste en crear el ultimo impulso del cliente por adquirir el producto, y generar un ingreso en la organización
- **POSVENTA:** Es la función que se asegura de satisfacer al cliente, ya que busca mantener una relación con los mismos, mediante una retroalimentación



FUENTE: https://static.doofinder.com/main-files/uploads/2020/09/promociones_ventas_tipos.jpg



FUENTE: <https://conceptodefinicion.de/wp-content/uploads/2014/02/Venta-2.jpg>



FUENTE: <https://boletin.com.mx/wp-content/uploads/2020/11/Posventa-Canales-770x513.jpg>

IMPORTANCIA Y BENEFICIOS DE LA MERCADOTECNIA

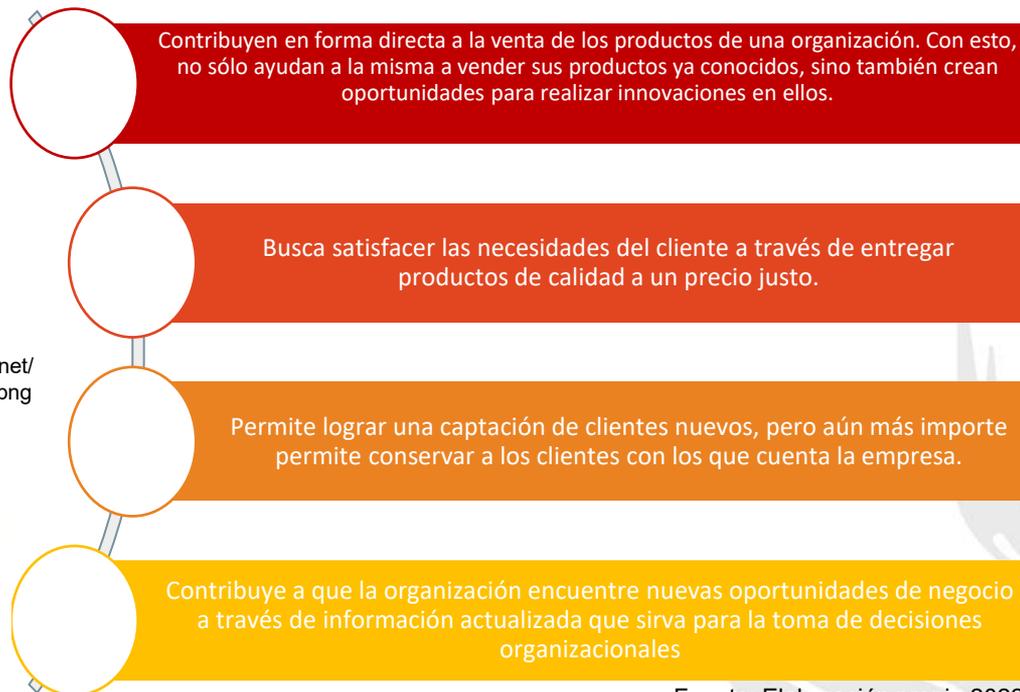
De acuerdo con Fisher y Espejo (2016) la importancia y beneficios del marketing consiste en:



FUENTE:<http://d3q5mgrxsfwcyx.cloudfront.net/wp-content/uploads/satisfaccion-cliente-v6.png>



FUENTE:<https://www.sistemaimpulsacom.com/blog/wp-content/uploads/2019/03/servicio-clientes-2.jpg>



Fuente: Elaboración propia 2022

Referencias Bibliográficas

- Fischer, L. y Espejo, J. (2016). Mercadotecnia. México: Mc Graw Hill