

Exposición: Marketing

Integrantes:

- Citlaly Jaqueline Paz Cruz
- Marissa Cruz Paz
- Lesli Abigail García
- Daniel Amilcar García
- Roberto Orozco

Universidad: UDS

Docente: Ariadne Danhe Vicente Albores

¿Qué es el Marketing?

El marketing es un conjunto de técnicas y estrategias que tienen como objetivo mejorar la comercialización de un producto o servicio. Incluye la identificación de necesidades del mercado, la creación de valor para los clientes y la promoción de la oferta a través de distintos canales.

¿Cómo funciona el Marketing?

El marketing funciona mediante la investigación del mercado, la segmentación de clientes, la creación de productos o servicios atractivos y la comunicación de su valor al público. Utiliza herramientas como la publicidad, redes sociales, ventas personales y promociones para llegar a su audiencia.

Características del Marketing

- Orientado al cliente
- Dinámico y adaptable
- Basado en datos
- Interdisciplinario
- Crea valor a largo plazo
- Utiliza múltiples canales de comunicación

Tipos de Marketing (1/2)

1. Marketing Digital: Usa medios digitales como redes sociales, email y motores de búsqueda.
2. Marketing Tradicional: Publicidad en televisión, radio, prensa escrita.
3. Marketing de Contenidos: Crear y distribuir contenido útil para atraer clientes.

Tipos de Marketing (2/2)

4. Marketing Relacional: Busca crear relaciones duraderas con los clientes.
5. Marketing Directo: Comunicación personalizada a través de correo, llamadas o mensajes.
6. Marketing Social: Promueve causas sociales mientras posiciona una marca.

Importancia del Marketing

El marketing es vital porque permite a las empresas comprender al cliente, diseñar productos adecuados, construir relaciones duraderas, competir efectivamente y alcanzar sus objetivos organizacionales y financieros.

Conclusión

El marketing no solo busca vender, sino generar valor, crear experiencias y construir una imagen sólida de marca. Su aplicación estratégica puede transformar el rumbo de una empresa.

Bibliografía

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Fundamentos de marketing* (13.^a ed.). Pearson.

Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2020). *Marketing*. Cengage Learning.

American Marketing Association. (2023). *Definition of Marketing*. <https://www.ama.org>