

**Alumno**

**Leslie Abigail García  
López**

**9° cuatrimestre**

**Lic. Medicina veterinaria y  
zootecnia**

**Materia**

**Taller del  
emprended  
or**

**Docente**

**Lic. Ariadne Vicente  
Albores**

**Actividad**

**Presentación**

**Fecha**

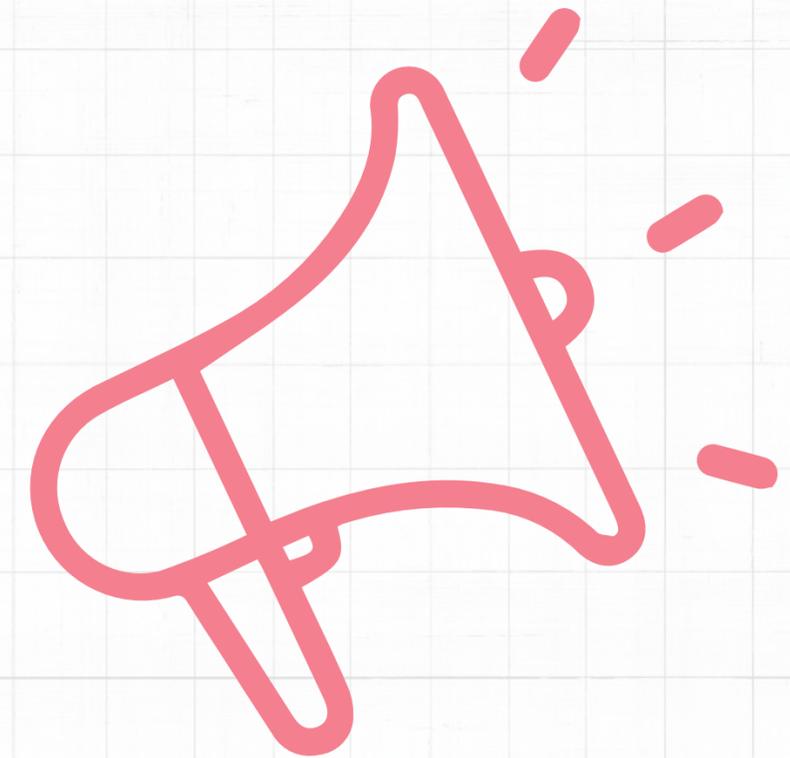
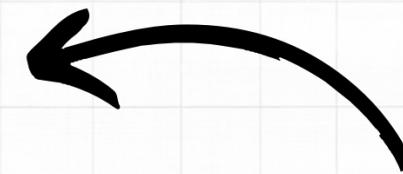
**01 de julio de 2025**



Proyecto

MARKETING

- **Introducción**
- **Objetivos**
- **funcion**
- **tipos**
- **Estrategias**



# Contenidos



# INTRODUCCIÓN





**El marketing es un conjunto de técnicas, estrategias y procesos que una marca o empresa implementa de manera ética para crear, comunicar, intercambiar y entregar ofertas o mensajes que dan valor e interesan a clientes, audiencias, socios, proveedores y personas en general.**

# Introducción

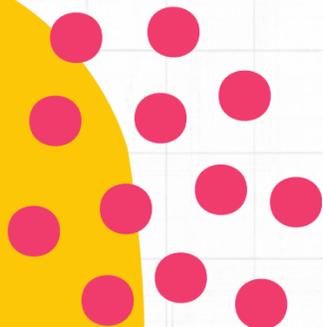
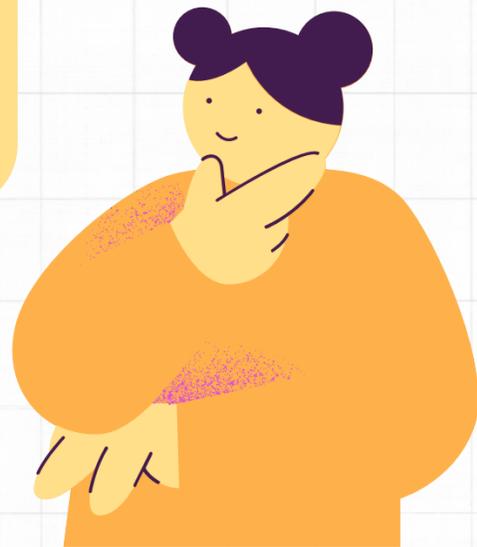


# Introducción



**Sirve, como ya adelantamos, para incrementar las ventas o la presencia de un producto o servicio. Por ello, esta metodología de negocios puede dirigirse a otras metas relacionadas con las ventas, pero que no son su propósito principal.**

# OBJETIVOS



# Objetivos

## Objetivo general

**Metas específicas y medibles que una empresa se fija para lograr a través de sus estrategias de marketing**



## Objetivo de reconocimiento

- **Esto implica hacer que más personas conozcan tu marca y la asocien con tus productos o servicios.**

## Objetivo de satisfacción

**Asegurarse de que los clientes estén contentos con sus compras y con la experiencia general de la marca, lo que puede llevar a la lealtad del cliente y recomendaciones.**

# FUNCIÓN



# Plan de Acción



## Etapa 1

**Investigación de mercado:**  
Entender las necesidades, deseos y comportamientos de los consumidores para identificar oportunidades.



## Etapa 2

**Desarrollo de productos/servicios:**  
Crear ofertas que satisfagan esas necesidades identificadas.



## Etapa 3

**Estrategia de precios:**  
Establecer precios que sean atractivos para los clientes y rentables para la empresa.



## Etapa 4

**Canales de distribución:**  
Asegurar que los productos o servicios estén disponibles donde los clientes puedan adquirirlos fácilmente.

# TIPOS DE MARKETING



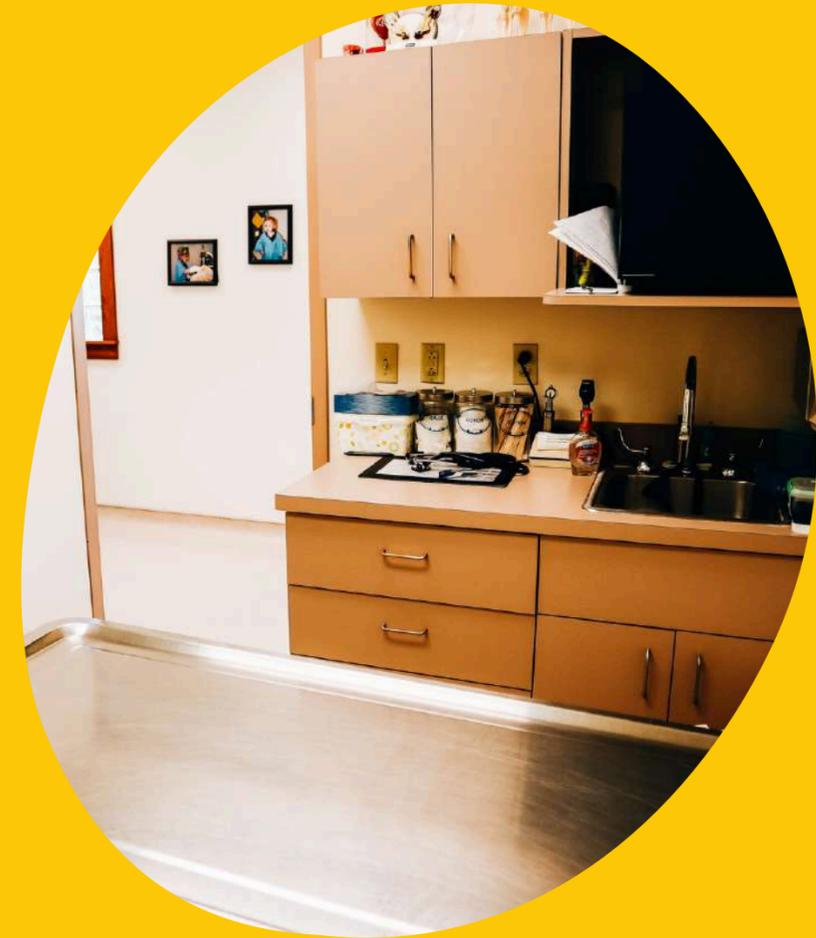
## **marketing directo**

- **Se refiere a la comunicación directa con el cliente, como correo directo, telemarketing, etc.**

## **Publicidad en Medios:**

**Incluye anuncios en televisión, radio, periódicos, revistas, y vallas publicitarias.**

# **Marketing**

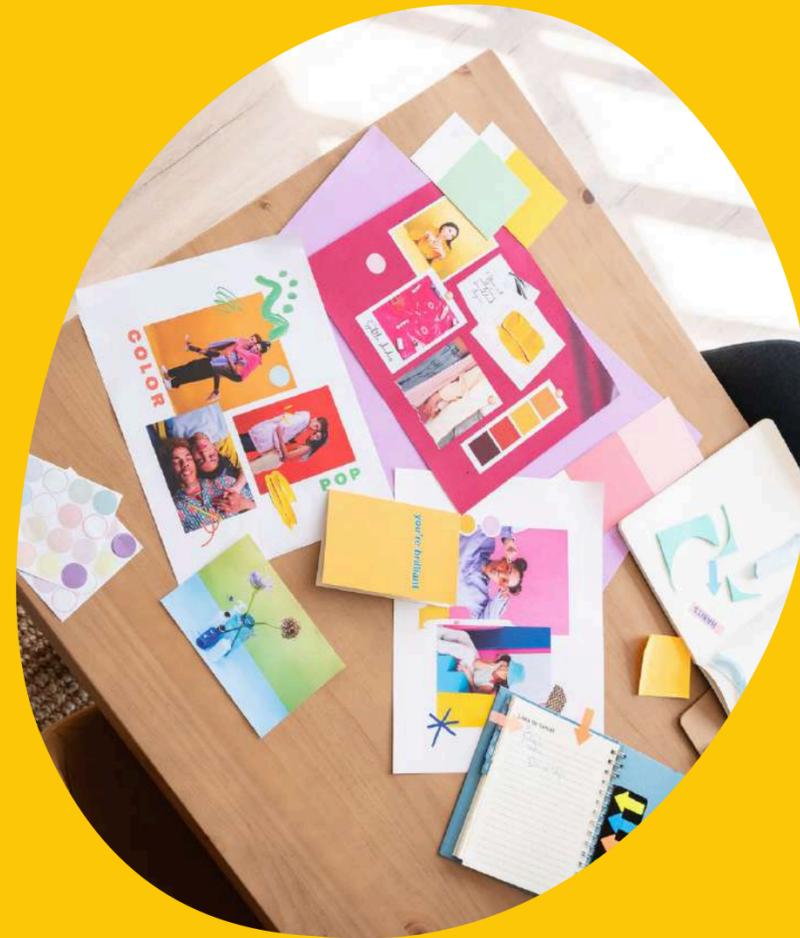


## **Marketing de Contenidos:**

**Crea y distribuye contenido relevante y valioso para atraer y retener a un público objetivo.**

## **Marketing en Redes Sociales:**

**Utiliza plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, etc., para interactuar con los clientes y promocionar productos.**



# ESTRATEGIAS



# Análisis del mercado y la competencia:



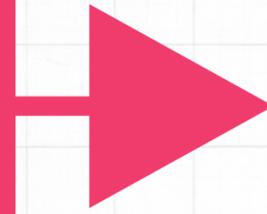
**Entender el entorno en el que opera la empresa, incluyendo las tendencias del mercado y las acciones de la competencia.**

# Elección de canales de marketing:



**Seleccionar los medios más efectivos para llegar al público objetivo, ya sea marketing digital (redes sociales, publicidad online), marketing tradicional (TV, radio, prensa) o una combinación de ambos.**

# Desarrollo de mensajes clave:



**Crear mensajes que resuenen con el público objetivo y transmitan el valor de la propuesta de la empresa.**

## Creación de contenido:

**Generar contenido relevante y atractivo para el público objetivo, como blogs, videos, infografías, etc.**



**Muchas  
Gracias**

# Recursos

