EEST N° 5 TEMPERLEY

Plan de Continuidad Pedagógica

Asignatura: Sistemas Productivos

Curso: 6° 3°

Profesora: María Cristina Vasta  
Alumno: Dal Degan Santiago

Trabajo Práctico N° 5

1. Qué es marketing? Qué es publicidad? Qué es venta?
2. Tipos de marketing. Nombre y explique cada uno.
3. Según Philips Kotler que es marketing?
4. Para qué sirve y cuáles son los objetivos del marketing?
5. De qué trata las cuatro p del marketing. Conceptualice cada una.
6. El marketing es un conjunto de procesos para identificar necesidades y para orientar deseos de los clientes para luego satisfacerlos. También para promover el intercambio de productos y/o servicios, es decir, promover la demanda. La publicidad es una herramienta del marketing utilizada para mostrar la existencia del producto a las masas y mostrar sus beneficios. Las ventas son todas aquellas actividades relacionadas con la transferencia de productos de la empresa a los compradores, y como tal es uno de los objetivos del marketing.
7. Hay muchos tipos de marketing pero algunos de los más importantes son:  
    **- Marketing estratégico:** El marketing estratégico se caracteriza por enfocarse en acciones a largo plazo. Uno de los objetivos de este tipo de marketing es definir acciones con el fin de implantar estrategias que maximicen los beneficios.  
     
   **- Marketing mix:** Este tipo de marketing es uno de los más conocidos, se lo suele llamar marketing de las 4P (producto, precio, promoción y plaza), estas cuatro variables deben ser definidas por la empresa en función del objetivo.  
     
   **- Marketing operativo:** A diferencia del marketing estratégico, el marketing operativo define objetivos y acciones a corto/medio plazo.  
     
   **- Marketing directo:** El marketing directo consiste en tratar de dar una comunicación mucho más personalizada al cliente, una comunicación más acorde a aquello que el consumidor quiere o necesita.  
     
   **- Marketing relacional:** Este tipo de marketing es relaciona con el marketing directo. Sin embargo lo que el marketing relacional intenta es identificar a los clientes que son más rentables y tratar de priorizarlos, darles una relación más cercana.  
     
   **- Marketing digital:** El marketing digital es una clase de marketing enfocada en el mundo online, este tipo de marketing usa técnicas de SEO, por ejemplo, a través de las cuales las empresas tratan de ganar posicionamiento web en los buscadores.  
     
   **- Marketing de influencers:** Este marketing consiste en definir una estrategia de promoción a través de la colaboración de influencers, personas con audiencias masivas que tienen un gran poder de influencia sobre ellas.
8. Según Philip Kotler el marketing es un proceso tanto administrativo como social, por el cual las personas obtienen lo que desean y necesitan a través de la generación de deseo, oferta e intercambio de productos de valor.
9. El marketing tiene múltiples objetivos, entre ellos están:  
     
   **- Afianzar la lealtad de los clientes**, es clave satisfacer lo mayor posible al cliente, y así lograr su fidelidad.  
    **- Generar leads,** consiste principalmente en obtener una conversión, registro, formularios completados, acción ejecutada por el cliente, es decir cuando un usuario proporciona sus datos a la empresa, o ejecuta una acción, como consecuencia para a un registro en el cual la empresa puede interactuar con el cliente de manera estratégica y eficaz.  
     
   **- Construir nuevas ideas**, renovar o redefinir tu producto son formas de mantener la marca evolucionando e innovando constantemente, esto además permite estar al día con las necesidades de tus clientes.  
     
   **- Posicionar tu empresa,** posicionar la empresa o marca en la mente del público es fundamental estableciendo valores compartidos estableciendo un vínculo sentimental y familiar.
10. Las cuatro P de los productos son:  
      
    **-Producto:** Un producto es un es un conjunto de características tangibles como aroma tamaño, color, forma o marca diseño y servicio. De estas características causar que el cliente compre el producto dependiendo de si satisface su necesidad o deseo.   
     **-Precio:** El precio es la cantidad de dinero que el cliente va a pagar por un producto determinado. Hay varias estrategias para fijar un precio.  
     **-Promoción:** La promoción se encarga de difundir las ventajas de los productos o servicios para persuadir al cliente de comprarlos. Esto se hace mediante publicidad, relaciones públicas, ventas directas y promoción. **-Plaza:** Esta variable se encarga de que los productos estén disponibles en los canales de distribución, los canales son: La venta directa de la fábrica al consumidor, la venta de la fábrica al minorista y al consumidor, y el ultimo es la fábrica al mayorista al minorita al consumidor.

Les dejo unos vídeos que les va a ayudar a entender mejor el tema y poder realizar el trabajo práctico.

Última fecha de entrega: 18 de mayo de 2021.