

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE
CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS
Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA**

GESTIÓN EMPRESARIAL

**ING. SANDRA HUILCAPI PEÑAFIEL
M.D.E.**

CONTENIDO

UNIDAD 3 EVOLUCIÓN DEL MARKETING

3.1 MARKETING DE SERVICIOS

- 3.1.1 CARACTERÍSTICAS Y BENEFICIOS DEL MARKETING DE SERVICIOS
- 3.1.2 MIX DEL MARKETING DE SERVICIOS (6P'S)
- 3.1.3 MARKETING DE SERVICIOS.- CASO PRÁCTICO

3.2 MARKETING INDUSTRIAL

- 3.2.1 ESTRATEGIAS DE MARKETING INDUSTRIAL 6PS
- 3.2.2 EL PROCESO DE COMERCIALIZACION INDUSTRIAL
- 3.2.3 MARKETING INDUSTRIAL.- CASO PRÁCTICO

CONTENIDO

UNIDAD 3 EVOLUCIÓN DEL MARKETING

3.3 MARKETING ESTRATÉGICO

3.3.1 DESIGN THINKING

3.3.2 ANÁLISIS, PORTAFOLIO Y PLANES
ESTRATÉGICOS DE MERCADOS

3.3.3 ESTRATEGIAS OFENSIVAS, NIVEL I, NIVEL II Y
NIVEL III

3.4 MARKETING DIGITAL Y NEGOCIOS ONLINE

3.4.1 CONCEPTO, VENTAJAS Y BENEFICIOS DEL MK
DIGITAL

3.4.2 HERRAMIENTAS DE MK DIGITAL; ESTRATEGIAS
DE MK DIGITAL

3.4.3 COMERCIO DEL SIGLO XXI Y COMUNICACIÓN
ONLINE PARA NEGOCIOS.-
INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

3.1.2 MIX DEL MARKETING DE SERVICIOS 7PS

Philip Kotler define al **marketing mix de servicios** como el conjunto de herramientas tácticas controlables que la empresa combina para producir una respuesta deseada en un mercado objetivo. Es decir, todo lo que la empresa puede realizar para influir en su consumidor para la demanda de su producto, por lo que es necesario el uso de las 7p's del marketing.



3.1.2 MIX DEL MARKETING DE SERVICIOS 7PS

THE MARKETING MIX



3.1.2 MIX DEL MARKETING DE SERVICIOS 7PS



3.1.2 MIX DEL MARKETING DE SERVICIOS 7PS

Personas (People): Las empresas forman personas. Aspectos relacionados con las interacciones humanas a través de los numerosos canales disponibles hoy en día (principalmente el digital)



3.1.2 MIX DEL MARKETING DE SERVICIOS 7PS

Procesos: Los procesos establecidos para guiar las interacciones, especialmente aquellas relacionadas con servicios.



3.1.2 MIX DEL MARKETING DE SERVICIOS 7PS

Physical Evidence Evidencia Física: los elementos tangibles que se presentan para convencer al cliente (disposición del punto de venta, reseñas de clientes, etc).

