

Guía de Estudio

Materia: **Comercialización y Estrategias de marketing.**

Curso: **Sexto año 1° división.**

Profesor: **Romero Cristian**

Contactos: **264 155816934 – romeroocristian@hotmail.com**

Tema: **introducción al Marketing.**

Contenidos y propósito a trabajar: **Indagar y explorar conocimientos previos de los estudiantes a fin de orientar – ajustar, las estrategias en la planificación anual.**

Desarrollo:

1. Leer el siguiente artículo periodístico extraído del portal digital www.marketing.es

Hasta hoy pensabas que marketing y publicidad eran lo mismo? Con este artículo cambiaras completamente de opinión

Antes de dedicarme a ello, yo también confundía estos dos conceptos. No tenía muy claro si había alguna **diferencia entre marketing y publicidad**. Después de un tiempo de estudiar Marketing, entendí la diferencia. Desde entonces, son muchas las veces que escucho a personas hablando de publicidad refiriéndose a marketing y viceversa.

Por ejemplo, al ver una campaña publicitaria en la tele, he podido escuchar comentarios como “*manso marketing hacen estos*“. ¿te ha pasado alguna vez?.¿Crees que marketing y publicidad son lo mismo? Es cierto que el marketing puede llegar a envolverlo todo pero tiene grandes matices.

Empecemos por el principio y definiendo que es marketing y publicidad. Se puede decir que el marketing es la base de todo lo que tenga que ver con la comercialización de un producto. Este es el que se encarga de analizar el mercado, los consumidores, definir el precio... y en definitiva, de recolectar toda la información necesaria para poder desarrollar la **estrategia de marketing** más adecuada para tener éxito en el mercado.

Una vez que se tiene claro a donde se quiere llegar, se conforma el plan de marketing mediante las 4p (producto, precio, plaza, promoción) que se utiliza para llegar a conseguir ese objetivo.

Dentro de ese plan de marketing, encontramos el **plan de comunicación**. Este contiene todas las estrategias de comunicación que se van a llevar a cabo, para dar a conocer la marca. La publicidad se ubica dentro del plan de comunicación, como una acción a llevar a cabo para dar a conocer la marca o producto. En muchas ocasiones, si la empresa dispone de un amplio presupuesto, estas acciones se subcontratan a una agencia publicitaria especializada en la materia...

¿Empiezas a ver la diferencia entre marketing y publicidad?...

Escuela Agrotécnica Dr. Manuel Belgrano

2. Determinar qué tipo de texto es el anterior?
3. ¿Extrae la idea principal y secundaria del texto?
4. Elabora un catálogo o folleto que contenga esas ideas. Utiliza tu imaginación y creatividad para despertar la atención y generar el interés del lector.

Aspectos que se tendrá en cuenta para su evaluación:

- El trabajo es individual y debe ser incorporado a la carpeta, aunque pueden consultar y consensuar con sus pares.
- El trabajo debe ser enviado vía whatsapp o mail a los contactos arriba detallados hasta el 30/03.
- Puntualidad para la presentación.
- Presentación clara y prolija.
- Creatividad para desarrollar el catálogo o folleto
- El trabajo puede ser elaborado en soporte digital (computadora, celular) o en papel.

Recursos y/o bibliografía:

- Puede consultar en internet, libros, textos o folletos disponibles en vuestro hogar para extraer ideas sobre posibles formatos de catálogos o folletos para elaborar el requerido en el punto 4.