

1er Congreso Internacional ITSG



Centro de Investigación
y Desarrollo Ecuador



Centro de Estudios
Transdisciplinarios Bolivia
CET-BOLIVIA



Changes in the activity of the active and passive market is uncertain. Established positive trends in various market segments.

**DISEÑO GRÁFICO
MARKETING
OFFSET**

Marketing interno, externo y su interacción: La clave de la gestión empresarial.



Autora:

Miryam Gabriela Pacheco Rodríguez. Ingeniera Comercial de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Magíster en Administración de Empresas con mención en Marketing y Recursos Humanos de la Universidad de Guayaquil con convenio con la Universidad de Buenos Aires (Argentina) y estudiante de doctorado. Catedrática a nivel pregrado y posgrado en prestigiosas instituciones de educación superior de la ciudad de Guayaquil desde el 2004. En el campo laboral ha dirigido el departamento de Marketing de varias empresas prestigiosas del país. Así también es consultora empresarial y conductora del programa radial “Estrategias”.





Autor:

Dennis Galo Marín Lavayen, Ingeniero en Ciencias Empresariales, con especialización en sistemas de información gerencial en la Universidad de Especialidades Espíritu Santo. Diplomado Superior en Administración de empresas, Escuela Superior Politécnica del Litoral. Diplomado en Gobernanza y Liderazgo Político, Escuela de Negocios del IDE / Universidad de los Hemisferios de Ecuador y Universidad del Desarrollo de Chile. Director de Tecnología en Empresas Públicas y Privadas, entre ellas Universidad de Guayaquil, Corporación del Seguro de Depósitos, Ambev Ecuador, Nokia. Más de 15 años de experiencia docente. Asambleista Nacional(S), periodo 2017-2021.



Introducción

1er Congreso Internacional ITSG

DISEÑO GRÁFICO - MARKETING - OFFSET











Globalización



Tecnología



Clientes exigentes



Competencia agresiva

ORGANIZACIONES



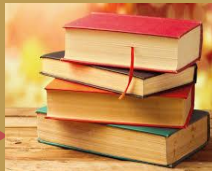
El objetivo de la investigación es analizar la trascendencia del marketing externo e interno en las entidades y su positiva interacción como clave de la gestión empresarial



REVISIÓN
DOCUMENTAL



LIBROS



ARTÍCULOS
CIENTÍFICOS





MARKETING
INTERNO



MARKETING
EXTERNO



INTERACCIÓN



MARKETING INTERNO

Según Aguirre y Aparicio (2002), el marketing interno es de trascendencia para alinear el capital humano a la estrategia del negocio y fomentar el compromiso organizacional para la competitividad de las empresas.

MARKETING EXTERNO

De acuerdo con Dvoskin (2004), "El marketing puede definirse como la actitud y aptitud de la empresa para detectar, anticipar y satisfacer las necesidades del segmento de consumidores elegidos como target" (p.24).





Marketing interno

Cliente interno (colaboradores)

Comprometer (ponerse la camiseta)/Fidelizar

Producto (Bien o Servicio)

Fuerza de ventas

Conocer y satisfacer las necesidades

Comunicación interna

Marketing externo

Cliente externo (persona que paga por el bien o servicio)

Vender/Fidelizar

Empresa/organización

Directivos/Líderes

Conocer y satisfacer las necesidades

Comunicación externa



Un
Cliente Feliz
es tu
Mejor
Publicidad





FIDELIZAR A SU CLIENTE INTERNO Y EXTERNO





¿QUIÉNES SON NUESTROS CLIENTES?

Clientes internos = Personas de calidad



CLIENTES EXTERNOS



MISIÓN



Conclusiones



**“Haz lo que
haces tan
bien, que
tus clientes
querran volver
con sus amigos”**

Walt Disney



1er Congreso Internacional ITSG



Centro de Investigación
y Desarrollo Ecuador



Changes in the activity of the active and passive market is uncertain. Established positive trends in various market segments.



DISEÑO GRÁFICO MARKETING OFFSET

Ingresa a

www.cidecuador.com

una vez finalizado el evento podrás encontrar esta presentación en su respectiva página web