**El rol del *marketing* y el carácter de sus actividades. Orientación y filosofía**

**Instrucción:** realizar actividad de 4 opciones. Puede funcionar con la plantilla: Actividades de aprendizaje\4 items\relacionar grafico con ecuacion\editable, si no es posible se debe hacer desde cero. Se ponen las imágenes y textos en la forma correcta, pero se deben desordenar para efectos de la actividad. Puede ser que la imagen vaya en columna izquierda y texto en columna derecha o también se puede dejar la imagen y un cuadro debajo para que los estudiantes arrastren la frase a la imagen correspondiente. Va título + instrucción + actividad. Hay retroalimentación por cada una.

Imágenes:

**Orientación producción:** ING\_47129\_06397

**Orientación a las ventas**: ING\_47129\_12824

**Orientación al mercado:** IST\_23037\_0229

**Orientación al *marketing* social:** ISS\_10035\_24986

***Analiza las imágenes, lee las frases sobre las orientaciones del marketing y luego arrástralas a la imagen que corresponda:***



**Orientación a las ventas.** Los inventarios son una prioridad, mover productos fuera de bodega.

**Orientación a la producción.** La demanda excede a la oferta y hay poca presión de la competencia

(monopolio).





**Orientación al mercado.** Se enfoca hacia fuera, hacia el cliente y analiza todos los aspectos en función de la satisfacción de las necesidades y deseos de los clientes.

**Orientación al *marketing* social.** Quiere, principalmente, difundir alguna idea que intente superar problemas sociales.

**Retroalimentaciones:**

* **Orientación a la producción**

**Retroalimentación positiva.** ¡Excelente! Una organización orientada a la producción se enfoca en las capacidades de la empresa, más que en los deseos y necesidades del mercado.

**Negativa:** No es correcto, vuelve a intentarlo.

* **Orientación a las ventas**

**Retroalimentación positiva**. ¡Muy bien!Una organización orientada a las ventas se basa en las creencias de que las personas comprarán más productos si se emplean técnicas de ventas agresivas y que los altos volúmenes de ventas producen altas utilidades. Aquí se mira la empresa hacia adentro y a su necesidad de vender productos o servicios.

**Negativa:** No es correcto, vuelve a intentarlo.

* **Orientación al mercado**

**Retroalimentación positiva**. ¡Correcto!La organización orientada al mercado se enfoca en satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, al tiempo que logra los objetivos de la organización.

**Negativa:** No es correcto, vuelve a intentarlo.

* **Orientación al *marketing* social**

**Retroalimentación positiva**. ¡Excelente! Una orientación al *marketing* social conlleva orientación al mercado para la mejora de los intereses a largo plazo de los individuos y la sociedad, en temas de interés como medio ambiente, salud, educación, etc.

**Negativa:** No es correcto, vuelve a intentarlo.