

Reporte de Lectura

Tema:	Marketing
-------	-----------

Ficha de la fuente de información.

No. 1	UPTC
-------	------

Referencia APA.

randy. (2022, noviembre 28). La Evolución del Marketing: De los Primeros Pasos a la Era Digital.

Blog UCAL. <https://ucal.edu.pe/blog/negocios/la-evolucion-del-marketing/>

Texto (literal con número de página)

Introducción

1. La historia del marketing se remonta a siglos atrás, pero fue a principios del siglo XX cuando comenzó a consolidarse como una disciplina. A pesar de que el concepto de marketing como lo conocemos hoy no existía, las prácticas comerciales que implicaban promocionar productos ya estaban en marcha.
2. Con la Revolución Industrial, la producción masiva de bienes abrió la necesidad de comunicar al público la existencia de estos productos. La primera fase del marketing se centró en informar a los consumidores sobre lo que estaba disponible en el mercado.
3. A medida que los mercados se saturaban de productos, la competencia se intensificó, lo que llevó a las empresas a enfocarse en técnicas de ventas más agresivas. Durante esta etapa, las marcas comenzaron a poner más énfasis en la publicidad y en la construcción de identidad.
4. Con el cambio de enfoque hacia las necesidades y deseos del consumidor, el marketing pasó a ser más estratégico. Las empresas empezaron a estudiar de cerca a los consumidores para ofrecerles productos que realmente se ajustaran a sus expectativas.
5. En la actualidad, las empresas buscan establecer relaciones duraderas con los consumidores. Con el auge de las redes sociales y el marketing digital, las marcas pueden interactuar continuamente con sus clientes, ofreciendo incentivos y creando una conexión emocional que fomente la lealtad y el compromiso.
6. En la era digital, el marketing ha adquirido una complejidad sin precedentes. La proliferación de internet y las redes sociales ha abierto nuevas formas de interacción y promoción. Hoy en día, las empresas utilizan técnicas de marketing digital que incluyen desde la optimización de motores de búsqueda (SEO), marketing de contenido, hasta el uso de influenciadores y anuncios dirigidos.

Reporte de Lectura

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

1. El marketing tiene sus orígenes en antiguas prácticas comerciales, aunque comenzó a consolidarse como disciplina a inicios del siglo XX. (randy, 2022)
2. Durante la Revolución Industrial, la producción masiva impulsó la necesidad de informar a los consumidores sobre los productos disponibles. (randy, 2022)
3. Con el aumento de la competencia, las empresas reforzaron las estrategias de ventas, publicidad y creación de marcas. (randy, 2022)
4. Posteriormente, el marketing se enfocó en comprender las necesidades del consumidor para ofrecer productos más adecuados. (randy, 2022)
5. Actualmente, las empresas buscan crear relaciones duraderas con los clientes mediante redes sociales y estrategias digitales. (randy, 2022)
6. En la era digital, el marketing utiliza herramientas como SEO, marketing de contenidos, anuncios segmentados e influenciadores para conectar con el público. (randy, 2022)

Tema:

Marketing

Ficha de la fuente de información.

No. 2

Google académico

Palabras claves. marketing, ciencia, evolución, sociedad.

Referencia APA.

Mendivelso Carrillo, H., & Lobos Robles, F. (2019). *La evolución del marketing: una aproximación integral*. Revista Chilena de Economía y Sociedad, 13(1), 58-63. <https://rches.utem.cl/wp-content/uploads/sites/8/2019/07/revista-CHES-vol13-n1-2019-Mendivelso-Lobos.pdf>

RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

El marketing ha tenido que adaptarse ante los cambios que presenta el mercado. Conocemos, según lo enunciado por Alvin Toffler, que la historia de la sociedad humana se puede dividir en tres grandes olas económicas: la primera correspondería a la era de la agricultura, la segunda a la era industrial, a partir de la Revolución Industrial que tuvo lugar en Inglaterra y el resto de Europa; y la tercera a la Era de la Información, en la que los tipos de capital considerados fundamentales para el éxito son el intelecto, la información y la alta tecnología. Ahora bien, ante los desafíos a los que como sociedad nos vemos enfrentados, como por ejemplo el calentamiento global, nos adentramos en la cuarta ola, orientada a la innovación, la cultura, la sociedad y el medio ambiente. El presente artículo de especialización corresponde a una revisión literaria sobre la Ciencia del marketing estudiada desde sus

Reporte de Lectura

inicios junto a su evolución, crecimiento e impacto en la sociedad dadas las características y tópicos generales, según las diversas fuentes bibliográficas con sus respectivas ideas y matices.

Texto (literal con número de página)

Introducción

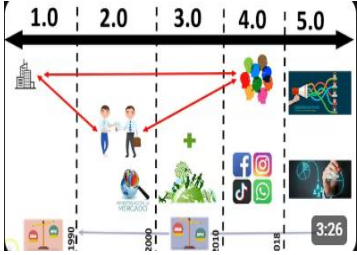
1. Según Schiffman y Kanuk (2018), la primera etapa de orientación a la producción corresponde a los años posteriores al fin de la segunda guerra mundial, etapa en la cual lo más importante para cualquier empresa eran los procesos de producción, entendiendo el entorno con una características de exceso de demanda y escasa oferta, lo que evolucionó hacia el perfeccionamiento de los productos ofrecidos en mercados cada vez más competitivos. (p. 60).
2. El marketing en principio surgió como ciencia adscrita directamente a los procesos comerciales de las empresas, pero en la medida en que el mercado fue expandiéndose gracias a la revolución tecnológica y al lógico avance de los estándares de vida, aparecieron algunas tendencias o subdivisiones en él que han hecho surgir corrientes en esta ciencia. Estas subdivisiones han creado diversas redes respecto de cada especialización, entre las que cabe mencionar algunas
3. La entrada en escena de las nuevas tecnologías ha cambiado el panorama mundial, haciendo del mercado un campo que vas más allá de un espacio geográfico, y del ciberespacio el escenario de las nuevas confrontaciones comerciales en el mundo
4. el marketing llegó para quedarse, llegó para complementar los procesos de intercambio de las comunidades. Es una ciencia importante, ya que nos acerca a quienes pueden satisfacer nuestras necesidades y nos permite interactuar con ellos. Más allá de las discusiones de carácter ético que tienen toda la validez, el marketing crece y crece en distintas áreas, se especializa y progresa.

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

1. Schiffman y Kanuk (2018) señalan que, después de la Segunda Guerra Mundial, las empresas se enfocaban principalmente en la producción debido a la alta demanda y poca oferta.
2. El marketing surgió ligado a las actividades comerciales, pero evolucionó con los avances tecnológicos y el crecimiento de los mercados, dando origen a distintas especializaciones.
3. Las nuevas tecnologías transformaron el mercado, ampliándolo del espacio físico al entorno digital y al ciberespacio.
4. El marketing se ha convertido en una disciplina fundamental para facilitar el intercambio y la interacción entre consumidores y empresas, evolucionando constantemente en diferentes áreas.

Reporte de Lectura

Datos generales e imagen del vídeo	Reseña	Problema(s) que aborda	¿Dónde aplicarías este conocimiento?
	El video explica la evolución del marketing desde el Marketing 1.0 hasta el Marketing 5.0, mostrando cómo las empresas han cambiado su manera de relacionarse con los consumidores a lo largo del tiempo. Al inicio, el enfoque estaba centrado únicamente en la producción y venta de productos; posteriormente, las marcas comenzaron a enfocarse en las necesidades de los clientes y en crear relaciones más cercanas con ellos. Con el avance de la tecnología y las redes sociales, el marketing evolucionó hacia estrategias digitales y personalizadas, utilizando herramientas como inteligencia artificial, análisis de datos y plataformas digitales para mejorar la experiencia del consumidor.	Marketing 1.0 Se enfocaba principalmente en el producto y en la producción masiva para satisfacer la alta demanda del mercado. Marketing 2.0 Centró su atención en el consumidor, buscando satisfacer sus necesidades y generar fidelización mediante la interacción con la marca. Marketing 3.0 Incorporó valores humanos, sociales y ambientales, haciendo que las empresas buscaran conectar emocionalmente con las personas. Marketing 4.0 Se caracteriza por el uso de herramientas digitales, big data y estrategias omnicanal para mejorar la experiencia del cliente. Marketing 5.0 Utiliza tecnologías avanzadas como inteligencia artificial, automatización y análisis de datos para ofrecer experiencias más personalizadas y humanas.	• En emprendimientos personales o negocios pequeños para aumentar ventas. • En proyectos escolares o investigaciones relacionadas con mercadotecnia y negocios. • En el uso de herramientas tecnológicas como SEO, inteligencia artificial y análisis de datos para mejorar estrategias de marketing.

REFERENCIAS

TESIS INGENIERIA INDUSTRIAL. (22 dic 2022). *Evolucion del Marketing 1.0, 2.0, 3.0, 4.0 y 5.0.* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=rBx4z4ut4yQ>