Marketing es un nombre o concepto en idioma inglés, traducido como mercadeo o mercadotecnia. En una disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los **mercados** y de los consumidores. El marketing se desarrolla a partir de la **gestión comercial** de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

Los especialistas en marketing suelen centrar la disciplina en las Cuatro P, que son: **Producto, Precio, Plaza** (distribución) y **Publicidad** (promoción). El marketing utiliza distintas técnicas y metodologías con la intención de conquistar el**mercado**y conseguir otros objetivos propios de una compañía comercial.

Definición del término por expertos

El marketing ha sido inventado para **satisfacer las necesidades** del mercado a cambio de beneficio para las empresas que se sirven de ella para desarrollarse. Es una herramienta que sin lugar a duda es estrictamente necesaria para conseguir el éxito en los mercados.

Según **Philip Kotler** consiste en un proceso administrativo y social gracias al cual determinados grupos o individuos obtienen lo que necesitan o desean a través del intercambio de productos o servicios.

Jerome McCarthy opina que es la realización de las actividades que pueden ayudar a que una empresa consiga las metas que se ha propuesto, pudiendo anticiparse a los deseos de los consumidores y desarrollar productos o servicios aptos para el mercado.
Por su parte **John A. Howard**, quien trabaja en la Universidad de Columbia, asegura que está convencido de que el marketing consiste en un proceso en el que es necesario comprender las necesidades de los consumidores, y encontrar qué puede producir la empresa para satisfacerlas. Y Al Ries y Jack Trout, opinan que marketing es sinónimo de «guerra» donde cada competidor debe analizar a cada «participante» del mercado, comprendiendo sus fuerzas y debilidades y trazar un plan a fin de explotarlas y defenderse.

Según la **American Marketing Asociation** (A.M.A.), el marketing es una forma de organizar un conjunto de acciones y procesos a la hora de crear un producto «para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones» y su finalidad es beneficiar a la organización satisfaciendo a los clientes.

La única función que debe cumplir el marketing es **alcanzar las metas** que la empresa se plantea en lo que respecta a venta y distribución y lograr los objetivos de ingresos y de rentabilidad que esperan sus propietarios y socios. *Por eso es tan importante no sólo tener un conocimiento del mercado, sino saber qué cosas puede desarrollar la empresa que puedan interesar a los clientes*.

Las acciones de marketing pueden tener una visión de **rentabilidad a corto o a largo plazo**, ya que su gestión también supone la realización de inversiones en la relación de la empresa con los clientes, con los proveedores y hasta con sus propios empleados, además publicidad en los medios de comunicación. *Es importante no confundir marketing y publicidad, ya la mercadotecnia abarca a la publicidad y a otras cuestiones*.

Los expertos en marketing establecen que este puede tener las siguientes orientaciones:

- **al producto** (cuando la empresa dispone del monopolio del mercado, pero, de todas maneras, pretende mejorar el proceso de producción),
- **a las ventas** (destinada a aumentar la participación de la empresa en el segmento de mercado donde participan el o de los productos o servicios que vende la empresa)
- **o al mercado** (se busca la adaptación del producto o del servicioa los gustos del consumidor).

Hoy en día existen muchos tipos de marketing, aquí presentamos algunas definiciones:

Marketing directo:consiste en un sistema interactivo que consigue seguidores y resultados en sus transacciones dándose a conocer a través de los medios publicitarios de un lugar.

Marketing relacional: Se incluye dentro del marketing directo y se basa en un principio fundamental que dice que no hay que vender, sino hacer amigos y ellos serán quienes compren.Conseguir beneficio a cambio de la satisfacción del cliente.

Marketing virtual: recibe también el nombre de cibermarketing y es el que se aplica a Internet, y que se encuentra dirigido a toda persona en el mundo que tenga un ordenador y conexión a la red. En este marketing existen herramientas SEO que son las que permiten que las empresas alcancen una buena visibilidad y puedan vender mejor sus productos o servicios.