



Título del documento			
CULTURA CORPORATIVA			
Unidad III: Marketing interno			
Nombre del docente			
Brianda Guadalupe González Vega			
Fecha de producción		Lugar	
Junio 2022		Universidad Tecnológica de Querétaro (UTEQ)	
Programa educativo (Marque un solo programa con una X):			
<input type="checkbox"/>	P1. TSU en Administración Área Capital Humano - Intensivo	<input type="checkbox"/>	P.6. TSU en Logística Área Cadena de Suministros - Intensivo
<input type="checkbox"/>	P2. TSU en Administración Área Capital Humano - Flexible	<input checked="" type="checkbox"/>	P.7 Licenciatura en Gestión del Capital Humano - Intensivo
<input type="checkbox"/>	P3. TSU en Desarrollo de Negocios Área Servicio Posventa - Intensivo	<input type="checkbox"/>	P.8 Licenciatura en Innovación de Negocios y Mercadotecnia - Intensivo
<input type="checkbox"/>	P4. TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia - Intensivo	<input type="checkbox"/>	P.9 Licenciatura en Diseño y Gestión de Redes Logísticas - Intensivo
<input type="checkbox"/>	P5. TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia - Flexible	<input type="checkbox"/>	
Nombre de la asignatura		Unidad Temática	
CULTURA CORPORATIVA		Unidad III: Gestión de clima en la organización Tema: Plan de marketing interno	
Propósito			
Proporcionar material didáctico para la materia de “Cultura corporativa”			
Referencia (en formato APA): <sup>1</sup>			
Cahill, D. J. (2003). Mercadotecnia Interna (PANORAMA EDITORIAL ed.). PANORAMA EDITORIAL.			

<sup>1</sup> Se recomienda consultar: Centro de Escritura Javeriano. (2020). *Normas APA, séptima edición*. Cali, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. <https://www2.javerianacali.edu.co/centro-escritura/recursos/manual-de-no...>



**Licencia Creative Commons:**

(Conoce más aquí: <https://creativecommons.org/licenses/?lang=es>)

Pegue aquí la licencia

# CULTURA CORPORATIVA

A hand is holding a white card with the text 'INTERNAL MARKETING' written on it in a bold, dark red font. The background is a blurred image of a person's face, suggesting a focus on human interaction and internal communication.

**INTERNAL  
MARKETING**

Brianda González

# Marketing interno

## Objetivo de la Unidad de Aprendizaje:

El alumno diseñará planes de marketing interno para contribuir a la fidelización del sentido de pertenencia de los empleados.

# Marketing interno

Temas:

- Modelos de marketing interno
- Plan de marketing interno

# ¿Marketing interno?

Describir el concepto de marketing interno, sus fases..



# Marketing interno



# Marketing interno

The background features a stylized illustration of three people sitting at a table. On the left, a man with dark hair and a beard is wearing a blue shirt and black pants. In the center, a man with a beard is wearing a yellow shirt and blue pants. On the right, a woman with red hair is wearing a black top and black pants. They are all sitting on red chairs. Above them are several colorful speech bubbles in shades of yellow, pink, and blue, each containing a simple smiley face. The overall scene is set against a light blue background with a subtle grid pattern.

La mercadotecnia interna es atraer, desarrollar, motivar y retener empleados calificados por medio de bienes y trabajos que satisfacen sus necesidades. La mercadotecnia interna es la filosofía de tratar a los empleados como si fueran clientes: ciertamente, “asombrar” a los empleados... y es la estrategia de conformar el trabajo y los productos para ajustar las necesidades humanas. (Cahill, 2003, pp. 14-15)



# Marketing interno

An illustration of three people sitting at a table, engaged in a meeting. Above them are several colorful speech bubbles containing smiley faces, symbolizing communication and positive internal marketing. The background is a dark grey gradient.

-Contradicciones desde sus orígenes conceptuales, ya que “[...] una organización orientada al mercado” (Rafiq y Ahmend).

“La mercadotecnia interna debe crear un entorno que apoye la conciencia de los clientes y la orientación a las ventas”

# Marketing interno

“Los esfuerzos de una organización de servicios para brindar a todos los miembros de la misma una idea clara de la misión y objetivos de la corporación, así como de la capacitación, motivación y evaluación para alcanzar las metas deseadas” (ídem, o, 15)

# Triangulo del Marketing





# Plan de Marketing interno

# Plan de Marketing interno

- -Análisis del entorno
- - Estudio del mercado interno
- - Proceso de adaptación de los recursos y sistemas
- -Control y evaluación del plan



# Referencias

Cahill, D. J. (2003). *Mercadotecnia Interna* (PANORAMA EDITORIAL ed.). PANORAMA EDITORIAL.

