

## **Profesionales de la administración del marketing: responsabilidades y habilidades actuales y futuras**

### **Resumen**

Las nuevas tecnologías disponibles en la actualidad han provocado cambios en las tareas, responsabilidades y destrezas de los gerentes de mercadeo. La profesión de mercadeo se ha visto impactada por cambios e innovaciones relacionadas con la tecnología lo que nos lleva a investigar las funciones y responsabilidades que enfrenta el profesional gerencial de mercadeo. No se ha investigado mucho sobre cómo estas tecnologías han afectado realmente a los gerentes de marketing en la práctica actual, en términos de los cambios específicos en los deberes, actividades y responsabilidades de los gerentes de marketing en la práctica.

El propósito del estudio es analizar las responsabilidades actuales y futuras del profesional que realiza las funciones de mercadeo gerencial en las compañías. Se propone una metodología que incluye cuatro estudios. Primero, un análisis de contenido sobre los requerimientos de las compañías cuando buscan un gerencial en mercadeo. Analizando las descripciones de puestos gerenciales en mercadeo. Segundo, entrevistas a profesionales de mercadeo para explorar sus responsabilidades actuales y responsabilidades y destrezas futuras. Dando mayor énfasis a las nuevas tendencias en mercadeo que establece la literatura (inteligencia artificial, realidad virtual, realidad aumentada, comercio electrónico en redes sociales y marketing en el metaverso.) Tercero, encuesta a profesionales de mercadeo utilizando los datos obtenidos en la primera y segunda parte del estudio. Cuarto, análisis de los currículos de mercadeo en programas de bachillerato.

Las implicaciones teóricas y gerenciales del estudio incluyen las siguientes: Primero, una mejor comprensión de los retos que enfrentan los profesionales de marketing en la actualidad. Segundo, conocer realmente que nuevas tecnologías están siendo utilizadas por los profesionales de mercadeo. Tercero, poder analizar que nuevas destrezas debe tener un profesional que realiza un grado universitario en mercadeo.