



CUADRO SINOPTICO

ACCION PROMOCIONAL

CATEDRATICO: JUAN JESUS AGUILAR GUZMAN
RUBEN RIVAS MARÍN.

ACCION PROMOCIONAL

Formulación de los objetivos y de la estrategia de marketing.

Los objetivos de marketing deben reunir unas determinadas características, deben ser:

- a) Cuantificables.
- b) Referidos a un determinado período de tiempo y lugar.
- c) Realistas pero ambiciosos a fin de ser alcanzables, pero a su vez estimulantes.

Pese a su gran variedad los objetivos de marketing pueden relacionarse en su mayoría con algunas de las siguientes categorías:

Participación de mercado
Beneficios y rentabilidad

Selección de la Estrategia de Marketing

Esta decisión comporta la implementación de un conjunto de acciones y recursos económicos que la hagan posible en un horizonte temporal.

- + Estrategias de Marketing:
- + Estrategia de penetración Estrategia de desarrollo del producto.
- + Estrategia de desarrollo de mercado.
- + Estrategia de diversificación concéntrica

Programa de Acciones

Una vez elaborada la estrategia de marketing es necesario prever su implementación a través de un conjunto de acciones que le den soporte y ejecución. Estas acciones deben ir enmarcadas en un horizonte temporal e ir acompañadas de un presupuesto que las haga realizables.

Este conjunto de acciones se instrumenta en los planes de marketing, cuya estructura

- + habitual incluye:
- + Análisis de situación
- + Objetivos de marketing
- + Estrategia de marketing
- + Acciones y programas de marketing mix.
- + Planificación temporal y presupuesto
- + Seguimiento y control de resultados