

- 
- **NOMBRE DEL ALUMNO:** MORENO ALFARO ANGEL ANTONIO
  - **CARRERA:** MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA
  - **CUATRIMESTRES:** SEXTO
  - **MATERIA:** ACCION PROMOCIONAL
  - **MAESTRO:** GUMETA MORENO SARAI

accion promocional

formulacion de los objetivos de la estrategia de marketing

A partir del desarrollo de un análisis FODA o de situación la empresa puede comenzar a establecer los objetivos de marketing. Estos vendrán determinados en el marco de la misión de la empresa y como contribución a los objetivos generales de la misma

Los objetivos de la empresa y los de cada área funcional de la misma, también denominados sus objetivos, constituyen el sistema de objetivos de la empresa

que irá orientado a la misión de la misma o lo que es lo mismo, a la definición de lo que la empresa aspira a ser.

seleccion de la estrategia de marketing

La selección de la estrategia debe orientarse a la consecución de los objetivos de marketing establecidos

La estrategia debe entenderse como: el explicitación de las grandes opciones de la empresa que orientarán de forma determinante, las decisiones de la empresa sobre actividades y estructuras de la organización,

asimismo fijar un marco de referencia en el cual deberán inscribirse todas las acciones que la empresa emprenderá durante un determinado período de tiempo.

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.

El marketing mix es el conjunto de herramientas de marketing que utilizan las empresas para conseguir sus objetivos comerciales en relación con el público objetivo. Estas herramientas las clasificamos en los que se ha denominado como las cuatro P