

TITULO: Cuadro sinóptico

-
- Materia: Accion promocional
 - Docente: Sarain Gumeta
 - Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia
 - Cuatrimestre 6
 - Nombre del alumno: Ana María Aguilar Velasco

Acción promocional

Formulación de los Objetivos y de la estrategia de marketing

Se establece mediante el análisis foda

Deben contribuir a la consecución de los objetivos generales de la empresa
Deben coordinarse con los objetivos del resto de áreas funcionales de la empresa.

Características

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

Categorías

Volumen de ventas
Participación de mercado
Beneficios y rentabilidad

Selección de La Estrategia de Marketing

explicitación de las grandes opciones de la empresa que orientarán de forma determinante, las decisiones de la empresa

Estrategias de Marketing

Estrategias de crecimiento intensivo

Estrategia de penetración
Estrategia de desarrollo del producto
Estrategia de desarrollo de mercado

Estrategias de crecimiento por diversificación

Estrategia de diversificación concéntrica
Estrategia de diversificación pura

Programa de Acciones

Estructura en los planes de marketing

Análisis de situación
Objetivos de marketing
Estrategia de marketing
Acciones y programas de marketing mix.
Planificación temporal y presupuesto
Seguimiento y control de resultados

Marketing mix

Producto
Precio
Promoción
Distribución

- Fuente: antología de acción promocional 4ta unidad temas 4.5 4.6 y 4.7