

CUADRO SINOPTICO



MATERIA: ACCION PROMOCIONAL

DOCENTE: MVZ. GUMETA MORENO SARAIN

LICENCIATURA: MEDICINA VETERINARIA

CUATRIMESTRE: 6° CUATRIMESTRE

NOMBRE DEL ALUMNO: GUILLERMO JAFET  
CABALLERO HERNANDEZ

**Formulación de los  
Objetivos y de la  
estrategia de  
marketing.**

**Una vez hecho el inventario de oportunidades y problemas, y en base a los recursos disponibles por parte de la empresa, en esta etapa se deben cuantificar los objetivos perseguidos por la empresa. No se debe confundir nunca lo que significa previsión frente a objetivo.**

**La previsión indica lo que se llegaría a vender suponiendo que todos los factores, tanto internos como externos, permanezcan constantes. En cambio, el objetivo expresa numéricamente la cifra de negocio que la empresa quiere alcanzar.**

**Selección de La  
Estrategia de  
Marketing.**

**El criterio para la selección de estrategias, debe ser tratado como algo que involucre tanto a la Gerencia como al grupo estratégico, y las estrategias deben buscar cumplir los objetivos de corto (en este caso tácticas) y largo plazo para llegar a la visión. El presente artículo permite conocer más acerca de cuales deberán ser los pasos para tener éxito en la selección de estrategias, enfocado en 4 pasos: tener bien claro el concepto de estrategia, qué niveles organizacionales implica el proceso de aplicación de la estrategia, desarrollar pensamiento estratégico dentro del grupo de estrategias y finalmente la valoración de la estrategia.**

**Programa de  
Acciones.**

**da libertad a cada organización para elegir cómo va a implantar los procesos y herramientas que promuevan la mejora continua. Además, esta norma también da unas directrices básicas sobre cómo se deben gestionar las no conformidades, los riesgos y las propuestas de mejora. La manera más habitual de gestionar las incidencias y las propuestas de mejora es estableciendo un Programa de Acciones. Estos programas establecen una sistemática para gestionar adecuadamente los eventos surgidos en la organización**