UDS UNIVERSIDAD DEL SURESTE

"Pasión por educar"

- **NOMBRE DEL ALUMNO:** Jeni Lizbet López Aguilar
- **CARRERA:** Medicina Veterinaria y Zootecnia
- **CUATRIMESTRES:** 6to
- **MATERIA:** Acción promocional
- **MAESTRO:** Sarain Gumeta Moreno

COMITÁN DE DOMINGUEZ CHIAPAS

Unidad 4

Visión

v

la inspiración máxima a la cual se quiere llegar, la meta ambiciosa por alcanzar en el futuro.

la meta ambiciosa por alcanzar en el futuro.

Es por ello por lo que el enfoque tradicional ha sido llamado también el modelo de ajuste estratégico.

Para elaborar la visión, se debe realizar lo que se llama un ejercicio de visualización

Misión

se debe proceder a transformarla en una forma más operativa, convertirla en algún tipo de objetivo organizacional.

es el reflejo del esfuerzo por traducir la visión en un gran objetivo general

La misión se compone, básicamente, de tres elementos:

- la definición del negocio.
- las metas principales de la organización.
- principios filosóficos.

Fundamentos de la planificación comercial

es el análisis racional de las oportunidades y amenazas que presenta el entorno para la empresa

se enfoca mediante un proceso que parte del análisis de la situación que engloba el nivel externo

El análisis de la situación da paso a la fase de formulación que incluye el establecimiento de los objetivos comerciales

Análisis de situación (FODA)

Análisis Externo

Análisis Externo

- Amenaza
- Oportunidades

Análisis internos

- Fortalezas
- debilidades

pretende realizar una evaluación de la empresa con relación a su producto - mercado

. Análisis Interno

Consiste en la evaluación de los aspectos del marketing, producción, finanzas, organización, personal e

Las variables principales a analizar son:

- Marketing
- Producción
- Finanzas