

## *Cuadro sinóptico*



- Materia: Acción promocional
- Docente: Gumeta Moreno Sarain
- Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia
- Cuatrimestre: 6to
- Nombre del alumno: Avendaño Gómez Luciana

Comitán de Domínguez, Chiapas a 05 de agosto del 2020

Acción promocional

Formulación de los objetivos y de la estrategia de marketing

objetivos de la empresa

Se dividen en 3

- 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

Selección de la estrategia de marketing

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

3 tipos

- 1. crecimiento intensivo.
- 2. crecimiento por diversificación
- 3. crecimiento por integración.

Programa de acciones

conjunto de acciones

le den soporte y ejecución

- Análisis de situación.
- Objetivos de marketing.
- Estrategia de marketing.

Programa de acciones

Marketing mixto

Se divide en cuatro p

- 1. Producto
- 2. Precio
- 3. Comunicación
- 4. Distribución.