

Tema: Cuadro Sinoptico



- Nombre del docente: MVZ. Gumeta Moreno Sarain
- Nombre del alumno: Osvaldo Morales Morales
- CARRERA: Medicina Veterinaria y Zootecnia
- CUATRIMESTRES: 6to Cuatrimestre
- MATERIA: Acción promocional
- FECHA: 3 de Agosto del 2020
- Grupo: "B"

COMITÁN DE DOMINGUEZ CHIAPAS, A
AGOSTO DEL 2020

Acción promocional

Formulación de los objetivos y de la estrategia de marketing

Los objetivos de la empresa y los de cada área funcional

Deben reunir unas determinadas características

- 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

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,

Estrategias de Marketing tres tipos

1. Estrategias de crecimiento intensivo.
2. Estrategias de crecimiento por diversificación.
3. Estrategias de crecimiento por integración.

Programa de Acciones

Es necesario prever su implementación a través de un conjunto de acciones que le den soporte y ejecución

Estructura habitual

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

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

Las cuatro P

1. Producto
2. Precio
3. Comunicación (promoción)
4. Distribución.