

**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.