



**Nombre de alumno: Jorge Hernández Sáenz**

**Nombre del profesor: Saraín Gumeta**

**Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico**

**Materia: Acción promocional**

PASIÓN POR EDUCAR

**Grado: 6to Cuatrimestre**

**Grupo: "B" Medicina Veterinaria y Zootecnia**

Comitán de Domínguez Chiapas a 4 de agosto de 2020.

Acción Promocional

Formulación de los objetivos y de la estrategia de marketing

objetivos de la empresa, que irá orientado a la misión de la misma o lo que es lo mismo, a la definición de lo que la empresa aspira a ser.

variedad los objetivos de marketing, pueden ser

Volumen de ventas, Participación de mercado, Beneficios y rentabilidad

Selección de la Estrategia de Marketing

En función de esto pueden establecerse tres tipos de estrategias.

Estrategias de crecimiento intensivo

Estrategia de penetración  
Estrategia de desarrollo del producto  
Estrategia de desarrollo de mercado

Estrategias de crecimiento por diversificación

Estrategia de diversificación concéntrica. por ejemplo, Sony se ha introducido en el sector cinematográfico.  
Estrategia de diversificación pura. ejemplo la introducción de Coca-cola en el mercado cinematográfico.

Estrategias de crecimiento por integración

Estrategia de integración hacia atrás.  
Estrategia de integración hacia adelante  
Estrategia de integración horizontal.

Estrategias de líder

Desarrollo de la demanda genérica  
Protección de la cuota de mercado  
Ampliación de la participación de mercado

Estrategia de especialista  
Estrategia de seguidor.  
Estrategia de retador.  
Estrategia de líder

