



**Nombre de alumno: Fernando Gpe.  
Rojas Ortiz**

**Nombre del profesor: gumeta moreno  
sarai**

**Nombre del trabajo: cuadro  
sinoptico**

PASIÓN POR EDUCAR

**Materia: accion promocional**

**Grado: 6to cuatrimestre**

**Grupo: B**

Comitán de Domínguez Chiapas a 29de Julio de 2020.

## Unidad 4

### 4.5. Formulación de los Objetivos y de la estrategia de marketing.

A partir del desarrollo de un análisis FODA o de situación la empresa puede comenzar a establecer los objetivos de marketing. Estos vendrán determinados en el marco de la misión de la empresa y como contribución a los objetivos generales de la misma. Por ello, los objetivos de marketing se establecerán teniendo presentes dos cuestiones

Deben contribuir a la consecución de los objetivos generales de la empresa

Deben coordinarse con los objetivos del resto de áreas funcionales de la empresa

### 4.6. Selección de La Estrategia de Marketing.

La selección de la estrategia debe orientarse a la consecución de los objetivos de marketing establecidos. La estrategia debe entenderse como: el 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,

cual deberán inscribirse todas las acciones que la empresa emprenderá durante un determinado período de tiempo.

Esta decisión comporta la implementación de un conjunto de acciones y recursos económicos que la hagan posible en un horizonte temporal.

### 4.7. Programa de Acciones

Una vez elaborada la estrategia de marketing es necesario prever su implementación a través de un conjunto de acciones que le den soporte y ejecución. Estas acciones deben ir enmarcadas en un horizonte temporal e ir acompañadas de un presupuesto que las haga realizables

Este conjunto de acciones se instrumenta en los planes de marketing, cuya estructura habitual incluye

☐ Análisis de situación

☐ Objetivos de marketing

☐ Estrategia de marketing

☐ Acciones y programas de marketing mix.

☐ Planificación temporal y presupuesto

☐ Seguimiento y control de resultados