


TEMA: CUADRO SINOPPTICO

- 
- MATERIA: ACCION PROMOCIONAL
  - DOCENTE: **SARAIN GUMETA MORENO**
  - LICENCIATURA: MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA
  - CUATRIMESTRE: 6º
  - ALUMNO: **LOPEZ RODRIGUEZ JULIA MARIA**

COMITÁN DE DOMÍNGUEZ CHIAPAS A 31 DE JULIO 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.

- 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.

- Volumen de ventas.
- Participación de mercado.
- Beneficios y rentabilidad.

Selección de la Estrategia de Marketing

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, y asimismo fijar un marco de referencia.

Estrategias de Marketing:

- Estrategias de crecimiento intensivo.
- Estrategias de crecimiento por diversificación.
- Estrategias de crecimiento por integración.

Programa de Acciones

Un conjunto de acciones que le den soporte y ejecución.

- 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.