



Nombre de alumno: Lucero Jiménez Fulgencio

Nombre del profesor: MVZ. MC. Saraín Gumeta Moreno

Nombre del trabajo: cuadro sinóptico

Materia: Acción promocional

Grado: 6.º

Grupo: F

Comitán de Domínguez Chiapas a 31 de julio de 2020

Unidad IV

Formulación de los objetivos y de la estrategia de marketing

Objetivos

- ✓ constituyen el sistema de objetivos de la empresa orientado a la misión de la misma o lo que es lo mismo

Características

- 1. Cuantificables
- 2. Referidos a un determinado período de tiempo y lugar.

Participación de mercado

mercados muy competitivos y con un bajo número de competidores

cuota de mercado

mediante el cociente de nuestras ventas

Beneficios y rentabilidad

- un decrecimiento
- los precios podría no ser compensada con el necesario incremento en las ventas

Selección de la Estrategia de Marketing

Estrategias de marketing

- Estrategia de penetración
- Estrategia de desarrollo del producto

Estrategia de desarrollo de mercado

crecimiento por diversificación

- Estrategia de diversificación concéntrica
- Estrategia de diversificación pura

Programa de Acciones

- 1. análisis de situación
- 2. Objetivos de marketing
- 3. Estrategia de marketing
- 4. Acciones y programas de marketing mix

Planificación temporal y presupuesto
Seguimiento y control de resultados

las cuatro P

- 1.- producto
- 2.- precio
- 3.- comunicación
- 4.- distribución

