



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

