DESARROLLO EMPRESARIAL

CUADRO SINOPTICO

ANA LAURA CULEBRO

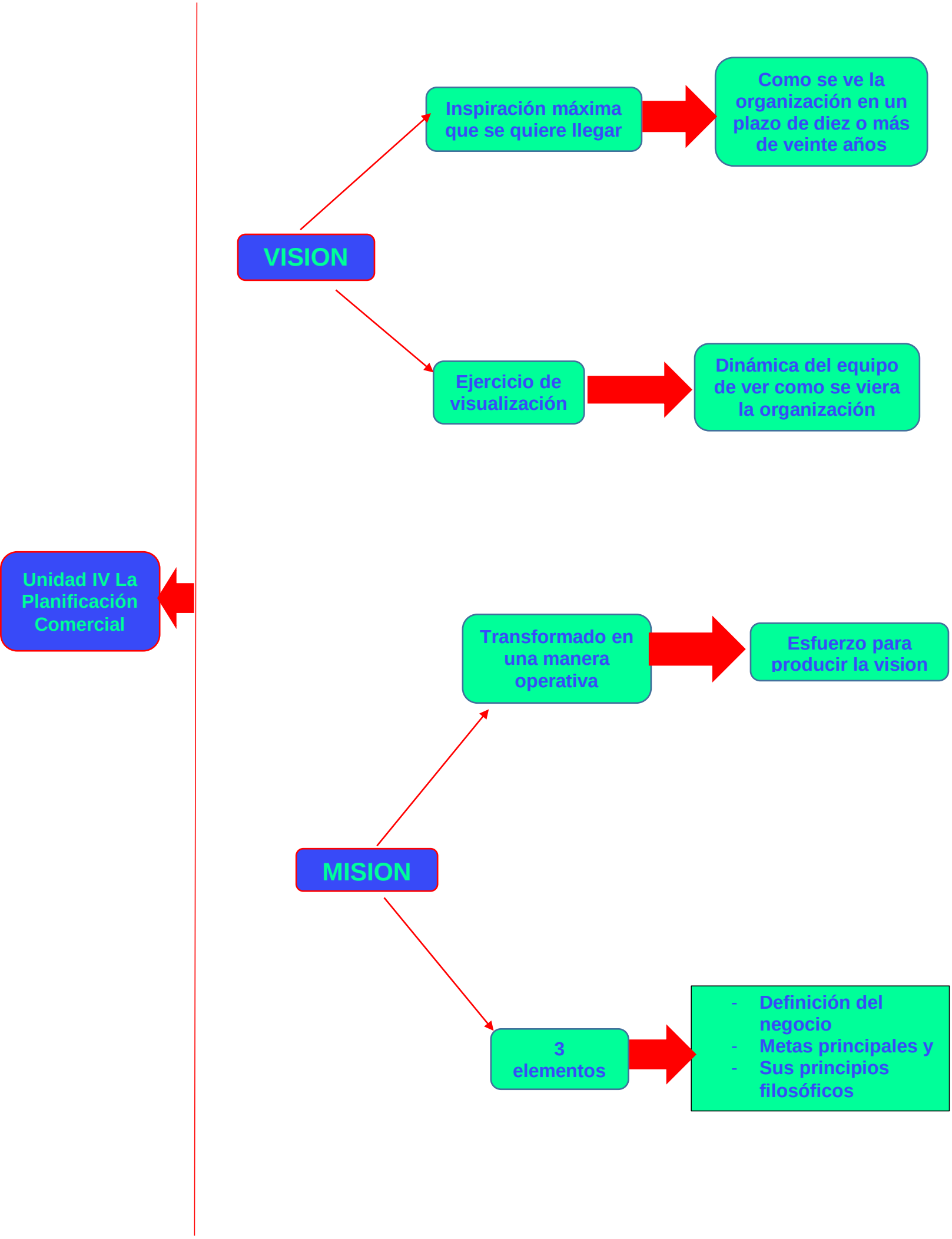
GOMEZ SANTIS ESTEBAN

6° CUATRIMESTRE

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

20/ 06/ 2020

RANCHERIA EL PROGRESO, MUNICIPIO DE LAS MARGARITAS; CHIAPAS


Unidad IV La Planificación Comercial
VISION
Inspiración máxima que se quiere llegar
Como se ve la organización en un plazo de diez o más de veinte años
Ejercicio de visualización
Dinámica del equipo de ver como se viera la organización
MISION
Transformado en una manera operativa
Esfuerzo para producir la vision
3 elementos
- Definición del negocio
- Metas principales y
- Sus principios filosóficos

FUNDAMENTOS DE LA PLANIFICACION COMERCIAL → Planificación estratégica → Análisis racional de las oportunidades y mejoras

ANALISIS DE SITUACION (FODA) → Realizar elaboración de la empresa → Establecido por niveles jerárquicos → Departamento del marketing

ANALISIS EXTERNO (AMENAZAS Y OPORTUNIDADES) → Identificar las amenazas → Análisis del: Mercado Competencia Sector Entorno

ANALISIS INTERNO (DEBILIDADES Y FORTALEZAS) → Evaluación de los aspectos → Marketing Producción Finanzas

FORMULACION DE LOS OBJETIVOS Y DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING

→ Determinado en el mercado de la misión de la empresa

→ Objetivos del marketing sus características:

- Cuantificable
- Determinado de tiempo y lugar
- Alcanzables pero a su vez estimulantes

SELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING

→ Crecimiento, bien de ventas, participación de mercado o de beneficios

→

- Estrategia de crecimiento intensivo
- Estrategia de crecimiento por diversificación

PROGRAMA DE ACCIONES

→ Implementación a través de un conjunto de acciones que le den soporte y ejecución

→ Las 4 P

→

- Producto
- Precio
- Promoción
- Distribución