



Universidad del Sureste UDS

Nombre del alumno: José Artemio Morales Espinosa

Nombre del docente: Pérez Guillen Karina Maricruz

Materia: Acción Promocional

Nombre del trabajo: cuadro sinóptico

Cuatrimestre: 6

Carrera: Administración de empresas

Fecha / 19 de junio del 2020

La planificación comercial

Visión

Es el sueño de la organización, la inspiración máxima a la cual se quiere llegar, meta ambiciosa para al calzar en el futuro.

Misión

La misión es reflejada del esfuerzo por traducir la visión en un gran objetivo de la organización.

Análisis de situación FODA

Pretende realizar una evaluación de la empresa con relación a su producto o mercado. Establecidos por los niveles jerárquicos mas elevados del departamento de marketing. como, por ejemplo

Externos: oportunidades

Internos: fortaleza debilidades.

La planeación de estrategias

Debe orientarse a la consecuencia de los objetivos de marketing establecidos como: la explicación de las grandes opciones de las empresas que orientan de forma determinada

Estrategias de marketing

Estrategia de penetración: consiste en crear mediante los productos existentes.

Estrategias de desarrollo del producto: sigue concentrado en el mercado

Estrategia de desarrollo de mercado: persigue el crecimiento atreves de la comercialización