

## **Mapa conceptual**

**Acción promocional**

Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga

**PRESENTA EL ALUMNO:**

**Eduardo de la Cruz Gerónimo**

**GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:**

**6to cuatrimestre “D” licenciatura en administración de empresa**

**Frontera Comalapa, Chiapas**

**26 de julio del 2020.**

# LA PLANIFICACION COMERCIAL

## VISION

La visión, de manera simple, es el sueño de la organización, la inspiración máxima a la cual se quiere llegar, la meta ambiciosa por alcanzar en el futuro. Los planes de la organización apuntan al logro, en el largo plazo, de dicha visión.

## MISION

ES

La visión, se debe proceder a transformarla en una forma más operativa, convertirla en algún tipo de objetivo organizacional. La misión es el reflejo del esfuerzo por traducir la visión en un gran objetivo general de la organización.

## Fundamentos de la planificación comercial

SON

- Planificación estratégica
- análisis de la situación.
- objetivos comerciales
- marketing mix,

## Análisis de situación (FODA)

Pretende realizar una evaluación de la empresa con relación a su producto - mercado

## Selección de la Estrategia de Marketing

### Estrategias de Marketing

- A) Estrategia de penetración.
- B) Estrategia de desarrollo del producto
- C) c) Estrategia de desarrollo de mercado.

### Estrategias de crecimiento por diversificación

- A) Estrategia de diversificación concéntrica.
- B) Estrategia de diversificación pura

### Estrategias de crecimiento por integración

- A) Estrategia de integración hacia atrás
- B) Estrategia de integración hacia adelante.
- C) Estrategia de integración horizontal.