

PLANIFICACION COMERCIAL
ACCION PROMOCIONAL

ICEL BERNARDO LEPE

PRESENTA EL ALUMNO:

VICTOR MANUEL CÀRDENAS GORDILLO

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6TO CUATRIMESTRE “D” ADMINISTRACIÓN

Frontera Comalapa, Chiapas

02/08/2020.

PLANIFICACION COMERCIAL

ANALISIS INTERNO

Evaluación de los aspectos del marketing, producción, finanzas, personal e investigación y desarrollo de la empresa con el fin de detectar los puntos fuertes y débiles que pueden dar lugar a ventajas o desventajas competitivas.

FORMULACION DE LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIA DE MARKETING.

Deben contribuir a la consecución de los objetivos generales de la empresa

Deben coordinarse con los objetivos del resto de áreas funcionales de la empresa.

SELECCION DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING

Explicitación de las grandes opciones de la empresa que orientaran de forma determinante, las decisiones de la empresa sobre actividades y estructuras de la organización.

PROGRAMA DE ACCIONES

Tomaremos los aspectos de análisis de situación, objetivos de marketing, estrategia de marketing, acciones y programas, presupuesto y como herramienta las cuatro P (Producto, Precio, Promoción, Punto de venta.