



**Nombre de alumnos: OSMAR AGDIMAE SOLIS CARBAJAL**

**Nombre del profesor: C.P. VICTOR TADEO CRUZ RECINOS**

**Nombre del trabajo: CUADRO SINOPTICO TEMA: FORMULACION E IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS PARA AREAS BASICAS**

**Materia: ADMINISTRACION ESTRATEGICA**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**Grado: 7° CUATRIMESTRE**

**Grupo: "D"**

**FORMULACION E IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS PARA AREAS BASICAS**

ES EL PROCESOS DE ESTABLECER LA MISION, LOS OBJETIVOS Y ELEGIR DE LA ORGA NIZACION ENTRE ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS.

IMPLEMENATACION DE LA ESTRATEGIA

LA PUESTA ES PRACTICA DE LA ESTRATEGIA ES LA ETAPA DE LAS ACCIONES DE LA GERENCIA ESTRATEGICA.

FINANCIERA

LAS ESTRATEGICAS FINANCIERAS EMPRESARIALE DEBERAN ESTAR EN CORRESPONDENCIA CON LA ESTRATEGIA MAESTARA QUE SE HAYA DECIDIDO A PARTIR DE PROCESO DE PLANEACION.

RECURSOS HUMANOS

ES EL CONJUNTO DE ACTIVIDADES QUE PONEN EN FUNCIONAMIENTO, DESARROLLAN Y MOVILIZAN A LAS PERSONAS QUE UNA ORGANIZACIÓN NECESITA.

PRODUCCION

ES EL CONJUNTO DE DESICIONES SOBRE LOS OBJETIVOS, POLITICAS Y PROGRAMAS DE ACCION EN PRODUCCION, COHERENTES CON LA MISION DEL NEGOCIO.

- EFICIENCIA
- CALIDAD
- FLEXIBILIDAD

MERCADOTECNIA

LA ESTRATEGIA DE MARKETING, TAMBIEN CONOCIDA COMO COMOP ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA, ESTRATEGIAS DE MERCADEO O ESTRATEGIAS COMERCIALES.

ESTRATEGIA PARA EL PRODUCTO

EL PRODUCTO ES EL BIEN O EL SERVICIO QUE OFRECEMOS O VENDEMOS A LOS CONSUMIDORES.

- INCLUIR NUEVAS CARACTERISTICAS
- INCLUIR NUEVOS ATRIBUTOS
- AL PRODUCTO
- LANZAR NUEVA LINEA
- AMPLIAR NUESTRA LINEA

ESTRATEGIA PARA EL PRECIO

EL PRECIO ES EL VALOR MONETARIO QUE LE ASIGNAMOS A NUESTROS PRODUCTOS AL MOMENTO DE OFRECERLOS A LOS CONSUMIDORES.

ESTRATEGIA PARA LA PLAZA O DISTRIBUCION

CONSISTEN EN LA SELECCIÓN DE LOS LUGARES O PUNTOS DE VENTA EN DONDE SE OFRECERAN O VENDERAN NUEVOS PRODUCTOS.