



**Manolo Enrique Rivera Escobar**

**Administración de la mercadotecnia  
Lic. Gerardo Garduño Ortega**

**Promoción**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**Primer cuatrimestre**

Comitán de Domínguez Chiapas a 21 de octubre de 2020.

Promoción

Concepto, objetivos y funciones

El término "Promoción", deriva del latín (Protomotio, Onís y moveré) , que significa "continuidad de un movimiento, acción o impulso hacia adelante", a su vez proviene del latín vulgar (prode) que significa provecho o ventaja.

Funciones generales

- \*Planear, programar y desarrollar campañas orientadas al consumidor, acercándose al producto.
- \*Planear, programar y desarrollar campañas orientadas a los canales de distribución. Para agilizar el tránsito del producto.
- \*Contacto y coordinación con el resto de departamentos para complementar y relacionar sus actividades.
- \*Programar y desarrollar campañas para aumentar las ventas v la frecuencia en las compras

Modelo de comunicaciones

Es una fusión de venta de personal, publicidad, promoción de ventas, y publicidad gratuita.  
Esta fusión es un proceso elemental en todas las estrategias de marketing para conocer la información que empleamos.

Decisiones adecuadas para una correcta aplicación

- \*Mercado meta
- \*Disposicion a comprar
- \*Reconocimiento
- \*Conocimiento
- \*Simpatia
- \*Preferencia
- \*Conviccion
- \*Compra
- \* Dimension geografica
- \*Tipo de cliente
- \*Concentracion del mercado
- \*Naturaleza del mercado
- \*Nivel de aceptación
- \*Servicio antes y despues

Actividades de la función promocional

- \*Ofertas y descuentos en el punto de venta
- \*Bonificaciones en dinero y especie
- \*Regalos(Cuando se adquiere un producto)
- \*Muestras y degustaciones
- \*Concursos
- \*Promoción directa por correo
- \*Ferias, exhibiciones. Espectáculos. v exposiciones.