



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

CAMPUS TAPACHULA

MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA.

6to cuatrimestre.

NOMBRE DEL DOCENTE:

ING. JUAN JESUS AGUSTIN

MATERIA:

ACCION PROMOCIONAL

ACTIVIDAD:

ENSAYO ``UNIDAD 4``

NOMBRE DEL ALUMNO:

DAYANNE VAZQUEZ OLIVO.

FECHA DE ENTREGA:

DOMINGO, 31 JUNIO 2022.

Introducción

Para comenzar con este tema, el cual se basa en la planificación comercial y abarca otros temas como, la visión, misión, para así generar estrategias las cual nos ayudaran a tener una mejor planificación, en este caso también analizaremos que es y como se conforma el analisis todo.

La planificación Comercial

Planificar es decidir por adelantado los proyectos, realizar propuestas de acción, información, incluso lo que hacemos antes de actuar, es una reflexión del presente y el futuro.

En cuestión de planificar de manera comercial, se debe estimular la innovación, evaluar riesgos, realizar las acciones necesarias y comunicar con tu grupo de trabajo las estrategias para satisfacer necesidades y solucionar problemas, ya que esta tiene como finalidad el desarrollo de programas para alcanzar las objetivos de marketing de manera organizacional.

Planificación estratégica

es el proceso administrativo de crear y mantener un buen acoplamiento entre los objetivos y los recursos de la empresa y el desarrollo de oportunidades del mercado.

Que aporte tiene la planificación estratégica:

- × determinación de metas y objetivos.
- × la adopción de cursos de acción para alcanzar las metas y objetivos.
- × elimina la improvisación.

Para la planificación debemos tener en cuenta la visión, misión, metas y objetivos.

Misión y visión

Se centra en el presente de la organización, la visión lo hace más hacia el futuro.

Por eso se dice que la misión es el "qué" y "quién" y la visión el "cómo" y "cuándo".

La misión, incluye la forma particular en la que tu organización pretende contribuir en la visión.

Elementos de la planificación comercial.

- ✗ En el momento oportuno, sin perder de vista el factor oportunidad comercial.
- ✗ por el procedimiento más económico trata de defender la rentabilidad de la planificación.
- ✗ desarrollo de la empresa con el fin de detectar los puntos fuertes y débiles que pueden dar lugar a ventajas y desventajas competitivas.
- ✗ Favorecer los cambios necesarios en el proceso de la empresa.
- ✗ Ayuda a coordinar las actividades.

Análisis de situación (FODA)

Se encarga de analizar de manera interna y externa la empresa, dando de manera breve la relación a su producto y el mercado de manera positiva y negativa.

de manera interna encontramos amenazas y oportunidades, y de modo externo debilidades y fortalezas.

la empresa puede comenzar a establecer los objetivos de marketing.

✿ análisis del entorno ✿

Se puede agrupar en la siguiente categoría de factores

- Factores económicos.
- Factores político-legales.
- Factores sociológicos y culturales.
- Factores tecnológicos.

Internos positivos

Fortalezas Capacidades internas que pueden ayudar a la empresa a alcanzar sus objetivos.

Internos negativos

Debilidades Limitaciones internas que pueden interferir con la capacidad de la empresa para lograr sus objetivos.

Externos positivos

Oportunidades Factores externos que pueden provocar que la empresa los utilice a su favor.

Externos negativos

Amenazas Factores externos actuales y emergentes que pueden dificultar la consecución de un buen rendimiento por parte de la empresa.

Conclusión

Para finalizar este tema, podemos decir que la planificación y sus demás procesos tiene varios efectos positivos que ayudan a mejorar, entre muchas cosas, como la dinámica de la empresa, con el fin de generar objetivos a corto y largo plazo y de esa manera disminuir los riesgos y la incertidumbre.