

Nombre de alumnos: Diana Carolina Solís García

Nombre del profesor: Gerardo Garduño

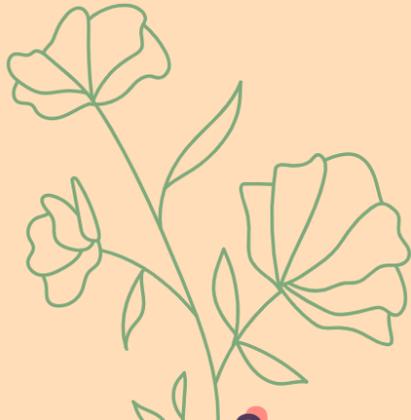
Nombre del trabajo: Super nota

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Acción promocional

Grado: 6°

Grupo: Medicina veterinaria y Zootecnia



ACCIÓN PROMOCIONAL



La promoción

Es una estrategia de negocio para llamar la atención de los compradores

La promoción se divide en:

- promoción de venta
- venta personal
- publicidad



La publicidad es la cualidad de lo que es público

La propaganda es la difusión o divulgación de la información

La mercadotecnia consiste en los procesos instituciones y personas para crear, distribuir, promocionar e intercambiar bienes y/o servicios que tienen valor para los dueños accionistas y la sociedad en general. Sus actividades principales se dividen en 2:

- Crear productos que los consumidores pueden pagar.
- Investigar que quieren los consumidores, cuando lo quieren porque compran, porque no compran, etc.

Esto a su vez se divide en 3 partes principales: Medio, proceso y estrategia



El medio analiza las partes involucradas en los procesos de la empresa, se compone por:

Microentorno

- Proveedores
- Intermediarios
- Instituciones comerciales
- Competencia

Macroentorno

- Entorno demográfico
- Entorno político
- Entorno sociocultural
- Entorno económico
- Entorno tecnológico
- Medio ambiente



Microentorno

Este es la parte del medio que la empresa puede controlar
Aquí se centran 4 variables básicas:

Proveedores son empresas que se dedican a suministrar servicios adicionales hacia otras empresas. Ninguna empresa a nivel mundial es autosuficiente; por lo tanto es necesario contar con proveedores. Dentro de los servicios adicionales pueden encontrarse

- seguros
- limpieza
- seguridad
- logística

Intermediarios: Son parte del canal de ventas; es decir desde que el producto sale de la fábrica hasta llegar al consumidor final:

Canal de venta- Fabricante- Consumidor final- Canal de venta indirecto- Fabricante- Intermediario- Consumidor final

Instituciones comerciales

Este tipo de organismos son los encargados de fomentar la actividad comercial entre consumidores y empresas. Su principal función consiste en defender los intereses de ambas partes ya sea de forma unilateral y/o bilateral entre ellos se encuentran.

Instituciones que protegen al consumidor:

- PROFECO: Se encarga de defender los intereses de los consumidores al momento de hacer sus compras
- COFPRIS: Organismo que emana de la secretaría de salud y se encarga de proteger la integridad física y la salud

Instituciones que protegen a las empresas

- Secretaría de economía: fomenta la actividad económica hacia las empresas
- Gremios: unión de empresas de misma actividad
- Asociaciones empresariales organismos autónomos de empresas de un sector