



SUPER NOTA

*Nombre del Alumno: **Adaleni Rodríguez Espinosa***

*Nombre del tema: **ESTRATEGIAS DE MERCADEO***

Parcial I SUPER NOTA correspondiente a UNIDAD I

*Nombre de la Materia: **FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS***

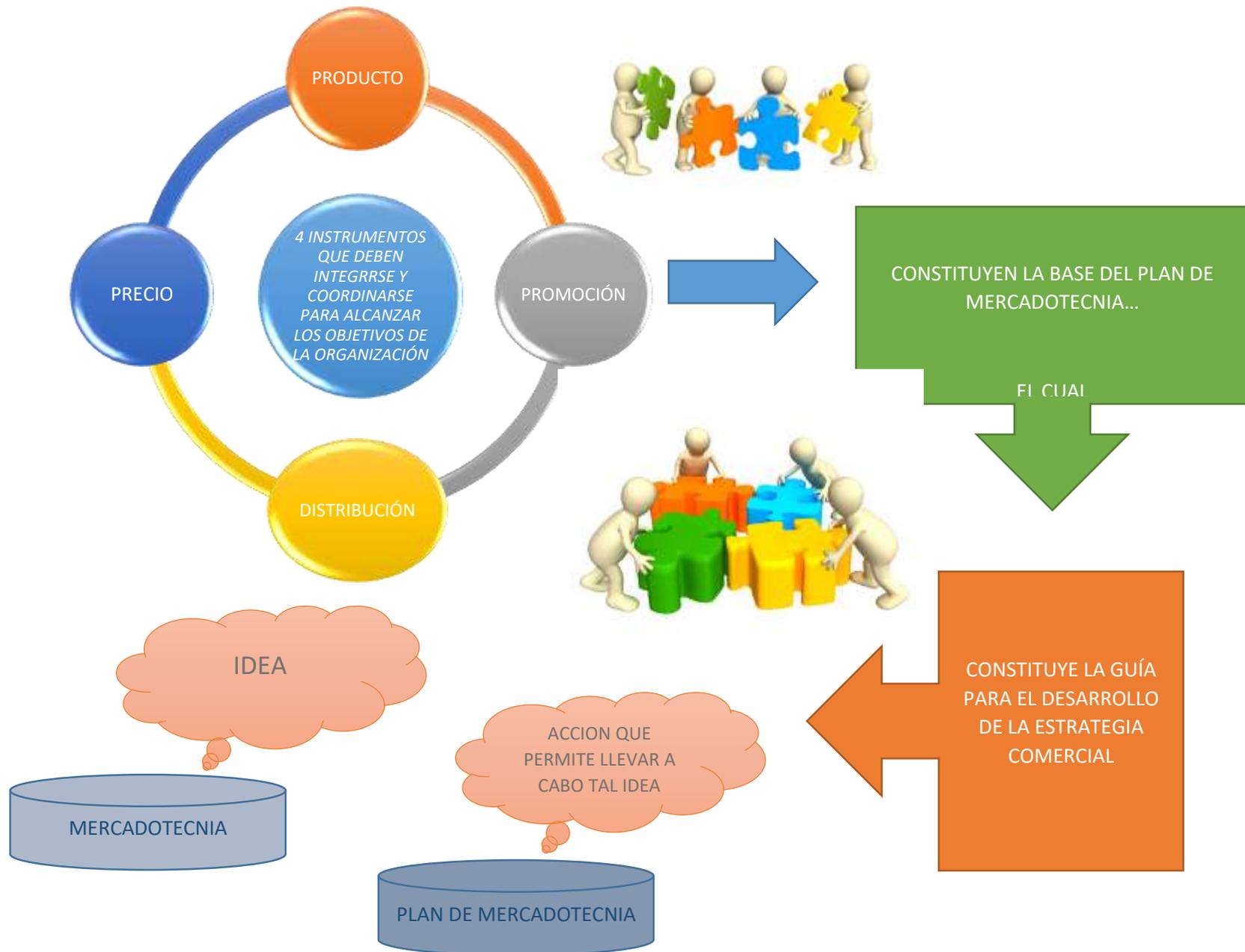
*Nombre del Profesor: **Mtro. Gerardo Garduño Ortega***

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN EN SISTEMAS DE SALUD

Cuatrimestre 3°

Comitán Chiapas, Julio de 2022

ESTRATEGIAS DE MERCADERO



PLAN DE MERCADOTECNIA

Es el resultado de la
planeación comercial

Se complementa e integra con
la planeación estratégica de la
empresa

La planeación
estratégica no
consiste en
planear el
futuro, sino las
acciones
actuales,
teniendo en
cuenta cómo
afectan al futuro

Se requiere una adecuada
dirección que se apoye en una
eficaz planeación estratégica.

Trata de mantener a la
organización adaptada
de forma óptima y
continua a sus mejores
oportunidades,
analizando los cambios
del entorno y
aprovechando al
máximo los recursos
internos que le
confieren una ventaja
frente a la competencia.

La planeación comercial es una parte de la
planeación estratégica de la empresa que tiene
por finalidad el desarrollo de programas de
acción para alcanzar los objetivos de
mercadotecnia de la organización.

Estrategia es toda acción
específica desarrollada para
conseguir un objetivo propuesto



REFERENCIAS

Munuera, J. y Rodríguez, A. (2012). Estrategias de marketing. ESIC EDITORIAL.

Academia Crandi. (2021). ¿Para qué sirve un plan de marketing?. Recuperado de: <https://academia.crandi.com/negocios-digitales/para-que-sirve-un-plan-de-marketing/>

Garduño Ortega, G. (2022). Formulación de proyectos. [Archivo PDF]. Recuperado de <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/936d7d14d557691da337d9874f5b97b6.pdf>