



**UDS**  
**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**DOCENTE**  
**MARÍA DE LOURDES**

**MATERIA**  
**ACCIÓN PROMOCIONAL**

**ALUMNO**  
**TRISTAN YAHIR DIAZ MAZARIEGOS**

**ACTIVIDAD**  
**CUADRO SINÓPTICO**

**LICENCIATURA CUATRIMESTRE**  
**M.V.Z 6TO CUATRIMESTRE**

**FECHA DE ENTREGA**  
**29 DE JULIO DEL 2023**

# Acción promocional

Desarrollo  
de analisis  
FODA

vendran determinados en el marco de la mision de la empresa y como contribucion a los objetivos generales de la misma.

Objetivos de  
marketing

- \* a) cuantificables
- \* b) referido a un determinado periodo de tiempo y lugar
- \* c) realistas pero ambiciosos a fin de ser alcanzables, pero a su vez estimulantes.

Participación  
de mercado

resulta muy útil en el mercado y con bajo de números de competidores, establece objetivos en términos de cuota de mercado.

# acción promocional

Beneficios y rentabilidad

es el establecimiento de un objetivo de venta o de cuota de mercado no se relaciona con un aumento de los beneficios.

Selección de estrategia de marketing

debe orientarse a la consecución de los objetivos de marketing establecidos

Estrategias de marketing

• estrategias de crecimiento intensivo

de

- a) De penetración
- b) Desarrollo de productos
- c) Desarrollo de mercado

• De crecimiento por diversificación

- a) Diversificación concéntrica
- b) Diversificación pura

3. De crecimiento por integración

- a) Integración hacia atrás
- b) Integración hacia adelante
- c) Integración horizontal

**Estrategias  
de  
clasificación  
competitivas**

- estrategia de lider
- estrategia de retador
- estrategia de seguidor
- estrategia de especialista

- a) Desarrollo de la demanda genérica
- b) Protección de la cuota de mercado
- c) Ampliación de la participación de mercado