



Súper nota

Nombre del Alumno Cristian Sebastián Hernández Gordillo

Nombre del tema marketing

Parcial 4

Nombre de la Materia Acción promocional

Nombre del profesor Carlos Eduardo Morales Hernández

ESTRATEGIA DE MARKETING



La estrategia a seguir en el ámbito empresarial de cualquier organización, tiene que ir enfocada a lo que la empresa busca conseguir, es decir si el objetivo es: aumento de ventas o participación de mercado o aumento de beneficios \$.

Con base al objetivo, podemos observar 3 tipos de estrategias:

1. Estrategia de crecimiento intensivo
2. Estrategia de crecimiento por diversificación
3. Estrategia de crecimiento por integración



Estas estrategias persiguen el crecimiento de ventas, beneficios o cuota de mercado mediante la actuación y concentración en los mercados

- Mediante productos existentes
- Mediante productos nuevos
- Mediante el crecimiento de productos existentes, en mercados nuevos



- Estrategia de diversificación concéntrica. En ella los mercados o los productos con los que se opera tienen alguna relación comercial o técnica con los actuales

Estrategia de diversificación pura. La característica que define a esta estrategia es la ausencia total de relación entre las actividades nuevas y las existentes.



- Integración hacia atrás. Consiste en adquirir o tomar una participación significativa en otras empresas proveedoras o fabricantes de productos intermedios. - Integración hacia adelante. El control se produce sobre empresas distribuidoras. - Integración horizontal. El control se produce sobre empresas competidoras situadas en el mismo o similar nivel de actividad productiva o comercializadora.



Bibliografía

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/9dcd697c88a4db5c4a195d007d60d608.pdf>