



**Nombre de alumno: Mario Paolo Solano Hdez**

**Nombre del profesor: Carlos Eduardo Morales**

**Nombre del trabajo: Super nota**

**Materia: Desarrollo de pequeñas y medianas empresas**

**Grado: 9no cuatrimestre.**

Comitán de Domínguez Chiapas a 7 de junio de 2023

# ESTRATEGIA DE MERCADO



Una estrategia es un plan general de acción, mediante el cual una organización busca alcanzar sus objetivos



El desarrollo de la estrategia de mercadotecnia consta de tres (3) fases:

1

La primera de ellas describe el mercado meta, el posicionamiento planificado para el producto, las ventas, la participación del mercado y las utilidades para los primeros años

2

La segunda fase de la estrategia mercadológica detalla el precio planificado del producto, la distribución y el presupuesto de mercadotecnia para el primer año

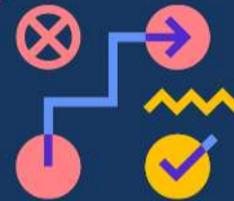
3

La última fase expone las ventas planificadas a largo plazo, las metas de utilidades y las estrategias a implementar para la mezcla de mercadeo.

## TIPOS DE ESTRATEGIAS



Competitivas (producto y marketing), funcionales (optimización de recursos), y corporativas (imagen de empresa).



¿Cuáles son las características de los mercados?

Todo mercado consta de cuatro elementos fundamentales: número de oferentes, número de demandantes, bienes o servicios objeto de intercambio y el precio de los mismos

## ¿Cuál es la importancia del mercadeo?



El marketing es una orientación empresarial que garantiza el éxito cuando satisfacen la necesidades actuales y futuras de los consumidores de forma mas eficaz que los competidores, la venta permite obtener beneficios asimismo crear y mantener empleos, elevar el nivel de vida de la sociedad.

