



Mi Universidad

SUPER NOTA

Nombre del Alumno: Jaime Arturo Salinas Ham

Nombre del tema: Planeación Comercial

Parcial: 4 ° Unidad

Nombre de la Materia: Acción Promocional

Nombre del profesor: Salomón Vázquez Guillen

Nombre de la Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia

Cuatrimestre: 6° Cuatrimestre

LA PLANEACIÓN COMERCIAL

Analisis de Foda

El análisis de situación pretende realizar una evaluación de la empresa con relación a su producto a mercado.

Análisis Externo

El análisis externo consiste en la identificación de las amenazas y oportunidades derivadas del producto - mercado en el que se desarrolla una empresa.

Análisis Interno

Consiste en la evaluación de los aspectos del marketing, producción, finanzas, organización, personal e investigación y desarrollo de la empresa con el fin de detectar los puntos fuertes y débiles que puedan dar lugar a ventajas o desventajas competitivas

Formulación de los objetivos y de la estrategia

A partir del desarrollo de un análisis FODA o de situación la empresa puede comenzar a establecer los objetivos de marketing

Selección de la Estrategia de Marketing

La selección de la estrategia debe orientarse a la consecución de los objetivos de marketing establecidos.

Programa de Acciones

Una vez elaborada la estrategia de marketing es necesario prever su implementación a través de un conjunto de acciones que le den soporte y ejecución.