



Nombre del Alumno: Erick Peñaloza Martínez

Nombre del tema: Súper Nota

Parcial: 4º

Nombre de la Materia: Acción Promocional

Nombre del profesor: Salomón Vázquez Guillen

Nombre de la Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia

Cuatrimestre: 6º A

ACCION PROMOCIONAL

Análisis FODA

El análisis de situación pretende realizar una evaluación de la empresa con relación a su producto - mercado. Dado que la planificación comercial se engloba dentro de la planificación estratégica buena parte del análisis de situación vendrá establecido por los niveles jerárquicos más elevados del departamento de marketing.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">•Reconocimiento mundial•Última tecnología•Variedad de productos•Precios accesibles	<ul style="list-style-type: none">•Bajas garantías•Baja o débil promoción de productos•Fallas en los productos vendidos•Falta de presupuesto para pagar a los empleados
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">•Facilidades de pago•Promover sus productos a base de reconocimiento•Vender a público exigente•Variedad de clientela	<ul style="list-style-type: none">•Reventa de productos•Productos similares a otras empresas•Declive de los productos por falta de venta•Alta competencia en el 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.



Selección de la Estrategia de Marketing

La estrategia debe entenderse como: el explicitación de las grandes opciones de la empresa que orientarán de forma determinante, las decisiones de la empresa sobre actividades y estructuras de la organización, y asimismo fijar un marco de referencia en el cual deberán inscribirse todas las acciones que la empresa emprenderá durante un determinado período de tiempo.



Fuente de consulta: Antología, UDS, libro de desarrollo humano