

ACCIÓN 

PROMOCIONAL



HUGO  
MORA CANO

5 - B



PROF.  
SALOMON  
VAZQUEZ

 UDS



# ANÁLISIS FODA



## Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica que ayuda a identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una organización, proyecto o situación.



## Análisis Externo

El análisis externo es el proceso de identificar y evaluar los factores externos que pueden influir en una organización, proyecto o situación. Se enfoca en examinar el entorno en el que se desenvuelve la organización.

## Análisis Interno

El análisis interno es el proceso de evaluar los recursos, capacidades y procesos internos de una organización para identificar sus fortalezas y debilidades. Se enfoca en examinar los aspectos internos que pueden influir en el desempeño y la competitividad de la organización.

La formulación de los objetivos y la estrategia de marketing es un proceso que implica definir qué se quiere lograr y cómo se va a lograr.

## Formulación de Objetivos

1. Definir la misión y visión de la empresa.
2. Identificar los objetivos generales de la empresa.
3. Establecer objetivos específicos de marketing (SMART: específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales).

## Estrategia de Marketing

1. Análisis de la situación actual (análisis FODA).
2. Identificar las oportunidades y amenazas del mercado.
3. Definir la posición de la empresa en el mercado (posicionamiento).
4. Establecer la estrategia de marketing mix (4 Ps): Producto, Precio, Plaza, Promoción
5. Definir la estrategia de comunicación y publicidad.
6. Establecer un presupuesto y un plan de acción.

## Selección de la Estrategia de Marketing

La selección de la estrategia de marketing implica elegir la mejor opción para alcanzar los objetivos de marketing. Pasos para seleccionar la estrategia de marketing:

1. Análisis de las opciones
2. Criterios de selección
3. Evaluación de las opciones
4. Selección de la estrategia
5. Planificación



## Programa de Acciones

Un programa de acciones es un plan detallado que establece las tareas específicas que se deben realizar para implementar la estrategia de marketing seleccionada. Un programa de acciones debe ser flexible y adaptarse a los cambios en el mercado y en la empresa.

