



Nombre del alumno: Mariana Aguilar
Jiménez

Nombre del profesor: Salomon
Vázquez Guillén

Nombre del trabajo: Supernota

Materia: Acción Promocional

Grado: 6°

Grupo: "B"

Comitán de Domínguez Chiapas a 31 de julio de 2024.

PLANIFICACIÓN COMERCIAL

ANÁLISIS FODA

- Fortalezas: Capacidades internas que puedan ayudar a la empresa a alcanzar sus objetivos
- Oportunidades: Factores externos que pueden provocar que la empresa los utilice a su favor
- Debilidades; Limitaciones internas que pueden interferir con la capacidad de la empresa para lograr sus objetivos
- Amenazas: Factores externos actuales y emergentes que puedan dificultar la consecución de un buen rendimiento



ANÁLISIS EXTERNO

- Consiste en la identificación de las amenazas y oportunidades derivadas del producto - mercado en el que se desarrolla una empresa
- Se estructura en: análisis del mercado, análisis de la competencia, análisis del sector y análisis del entorno

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 DEL MARKETING

- A partir del desarrollo de un análisis FODA o de situación la empresa puede comenzar a establecer los objetivos de marketing. Estos vendrán determinados en el marco de la misión de la empresa y como contribución a los objetivos generales de la misma

SELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING

- Debe orientarse a la consecución de los objetivos de marketing establecidos.
- La estrategia debe entenderse como el explicitación de las grandes opciones de la empresa que orientarán de forma determinante a las decisiones de la empresa sobre actividades y estructuras de la organización

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. Estas acciones deben ir enmarcadas en un horizonte temporal e ir acompañadas de un presupuesto que las haga realizables

BIBLIOGRAFIA:

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LMV/b95d670a94bd6e301cb0ea341b6d1b34-LC-LMV604.pdf>