



**Nombre de alumno:**

Axel Adrian Arguello Guillen

**Nombre del profesor:**

**Prof. Salomon**

**Nombre del trabajo:**

**Super Nota**

**Materia:**

**Accion Promocional**

**Grado: 6**

**Grupo: B**

## ANÁLISIS FODA

- El análisis FODA es una herramienta estratégica utilizada para identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una organización. Este análisis proporciona una visión clara de la situación actual de la empresa y ayuda a desarrollar estrategias efectivas.



## ANÁLISIS EXTERNO

- El análisis externo se enfoca en identificar y evaluar los factores fuera de la organización que pueden influir en su desempeño. Estos factores incluyen el entorno económico, social, político, tecnológico y competitivo.



## ANÁLISIS INTERNO

- El análisis interno se enfoca en los factores dentro de la organización que afectan su capacidad para competir y tener éxito. Estos factores incluyen recursos, capacidades, procesos y cultura organizacional.



## FORMULACIÓN DE LOS OBJETIVOS Y DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING

- La formulación de objetivos y estrategias de marketing implica definir metas claras y medibles que la empresa desea alcanzar, y desarrollar planes específicos para lograrlas.



## SELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING

- La selección de la estrategia de marketing implica elegir la mejor combinación de tácticas y acciones para alcanzar los objetivos establecidos. Esto incluye decidir cómo diferenciarse de la competencia y cómo comunicar el valor del producto o servicio a los clientes.



## PROGRAMA DE ACCIONES

- El programa de acciones es un plan detallado que especifica las actividades, responsabilidades, plazos y recursos necesarios para implementar la estrategia de marketing seleccionada.

