



SUPER NOTA
UNIDAD IV

GERARDO DE JESUS CERIBELLI SANTIAGO 6TO B

LA PLANIFICACIÓN COMERCIAL

Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta de diagnóstico estratégico que permite evaluar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una organización. Este análisis se divide en dos partes principales: análisis interno y análisis externo.

1

Análisis Externo

El análisis externo se centra en los factores del entorno que afectan a la organización, identificando Oportunidades y Amenazas.

2

Análisis Interno

El análisis interno examina los elementos dentro de la organización, identificando Fortalezas y Debilidades.

3

Formulación de los Objetivos y de la Estrategia de Marketing

Basado en el análisis FODA, la organización define sus objetivos de marketing, que deben ser claros y medibles. Estos objetivos deben ser SMART (Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes, y con un Tiempo definido). La estrategia de marketing se desarrolla para alcanzar estos objetivos de manera eficiente, considerando los recursos y capacidades de la organización.

4

Selección de la Estrategia de Marketing

La selección de la estrategia de marketing implica elegir el camino más adecuado para alcanzar los objetivos propuestos.

5

Programa de Acciones

El programa de acciones es un plan detallado que describe las actividades específicas que se llevarán a cabo para implementar la estrategia de marketing.

6

