PLAN DE MARKETING

Corresponde al marketing la identificación y anticipación de las necesidades de los consumidores, la determinación de la forma de satisfacerlas, el desarrollo y prueba de los productos y servicios adecuados, la fijación de sus precios, y su promoción y distribución.

Cualquier empresa, para conseguir los objetivos de marketing que se plantea, mezcla o combina cuatro variables fundamentales: el propio producto o servicio ofertado, el precio fijado al mismo, el sistema de distribución empleado para que llegue al mercado, y la promoción llevada a cabo para comunicar sus méritos. A la combinación de estos instrumentos se le suele denominar marketing-mix.

Las diferentes actividades y tareas que se encuentran comprendidas en la función de marketing, deberán ser objeto de una adecuada planificación, mediante la elaboración de un plan de marketing.

En esta tercera parte, tenéis que diseñar el plan de marketing de vuestro proyecto empresarial. Para ello, tenéis que fijar las políticas de producto, precio, distribución y comunicación.

ÍNDICE DEL INFORME

EL INFORME PASO A PASO

RECOMENDACIONES PARA REALIZAR EL INFORME

ALGO DE TEORÍA

ARTÍCULOS DE INTERÉS

ENLACES INTERESANTES