**FICHA RESUMEN – PLAN DE MARKETING**

**Política de producto.**

Cartera de productos y servicios:………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

Atributos de los productos y servicios:

1. ……………………………………………………………………………………………
2. ……………………………………………………………………………………………
3. ……………………………………………………………………………………………
4. ……………………………………………………………………………………………
5. ……………………………………………………………………………………………

Productos y servicios complementarios:………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

**Política de precios.**

Objetivos:

1. ……………………………………………………………………………………………
2. ……………………………………………………………………………………………
3. ……………………………………………………………………………………………
4. ……………………………………………………………………………………………
5. ……………………………………………………………………………………………

Factores en la fijación de precios:

1. ……………………………………………………………………………………………
2. ……………………………………………………………………………………………
3. ……………………………………………………………………………………………

Estrategias de precios:

1. ……………………………………………………………………………………………
2. ……………………………………………………………………………………………
3. ……………………………………………………………………………………………

Política permanente de descuentos:..………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

Precios y sus componentes de coste:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **COSTE DIRECTO UNITARIO** | **PRECIO UNITARIO** |
| Producto, servicio o categoría A |  |   |
| Producto, servicio o categoría B |  |   |
| Producto, servicio o categoría C |  |   |
| Producto, servicio o categoría D |  |   |
| Producto, servicio o categoría E |  |   |
| Producto, servicio o categoría F |  |   |
| Producto, servicio o categoría G |  |   |
| Producto, servicio o categoría H |  |   |
| Producto, servicio o categoría I |  |   |
| Producto, servicio o categoría J |  |   |

**Política de distribución.**

Canal de distribución:…………………………………………………………………………………………..…………………………

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

Merchandising:………………………………………………..…………………………………………………..…………………………

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

Logística de la distribución:…………………………………………………………………………………..…………………………

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

**Política de comunicación.**

La venta personal:……………………………………………………………………………………….……..…………………………

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

La publicidad y la propaganda:

* + Segmento de mercado:…………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

* + Objetivos:
1. ……………………………………………………………………………………………
2. ……………………………………………………………………………………………
3. ……………………………………………………………………………………………
4. ……………………………………………………………………………………………
5. ……………………………………………………………………………………………
	* Mensaje a transmitir: ……………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

* + Tipo de publicidad y propaganda:…………………..…………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

* + Medios publicitarios y de propaganda:

Medio:…………………………………………………………………………………………………………………….

Medio:…………………………………………………………………………………………………………………….

Medio:…………………………………………………………………………………………………………………….

Medio:…………………………………………………………………………………………………………………….

* + Presupuesto de publicidad y de propaganda:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Medio** | **Descripción** | **Precio sin IVA** | **IVA** | **Precio + IVA** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

Las relaciones públicas:……………………………………………………………………………….……..…………………………

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

La promoción de ventas:……………………………………………………………………………….……..…………………………

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..