

2.1 GENERALIDADES

Planeación Estratégica de Mercadotecnia

Qué es, para qué sirve y de qué se compone

Definición: Proceso para alinear el marketing con la estrategia del negocio.

Propósito: crear ventaja competitiva y valor para el cliente.

Elementos clave: Análisis: entorno,

- competencia y cliente
- STP: segmentación, targeting y posicionamiento
- Objetivos SMART
- Estrategias: marketing mix (4P/7P)
- Plan de acción: programas y presupuesto
- KPIs y control

Horizonte: largo plazo (1–5 años) con revisiones periódicas.

Resultado: plan que guía decisiones y recursos.

