Todo esto que se menciona ocurre en la época de mercados estancado, quien tiene como protagonista ap autor Peter Drucker.

Planificación Estratégica

* Que es
* Objetivo
  + (cuadro)

Definición de una misión orientada al mercado

Fijación de objetivos y metas de la empresa

Diseño de la cartera de negocio 🡪 Colección de negocios y productos que componen a la empresa

Analisis de la cartera de negocios actual

* El método de Boston consulting group 🡪 **Matriz BCG** (definición)
* Desarrollo de estrategias para crecimiento y reducción de tamaño 🡪 **Matriz de expansión producto/mercado** (Nuestro proyecto está en el cuadrante de “Desarrollo de Producto” 🡪 Nuevo Producto en Mercado Existente)

Marketing como función estratégica

* El marketing hoy
* Cadena de valor interna
* Que es
* Sistema de Marketing ampliado
* Mirar mas allá de la empresa
  + El éxito depende de una red de valor bien alineada
  + “hoy no compiten solo las empresas, compiten las redes de valor”

La estrategia y la mezcla de marketing 🡪 Gestión de Marketing. En el proyecto se aplica marketing mix (punto 6 creo)

* Enfocarse en el Cliente y no en el Producto
* Se agrupa a los clientes en segmentos
* Se busca el mercado meta
* Se crea un producto con diferenciación
* Posicionarse en la cabeza del cliente

Las 4 P, mezcla integrada del marketing.

* Producto, Precio, Promoción, Plaza 🡪 Variables Controlables
* Las variables incontrolables son las del Microentorno y Macroentorno.

FODA

(Todo esto que se vuelve a ver es porque ahora esta enfocado al merketing)