



Análisis de la situación: Externa e interna

Sku: 3456EC

Horas: 10

OBJETIVOS

- Conocer la estrategia empresarial; la auditoría.
- Analizar la necesidad de auditar.

CONTENIDOS

1. Estrategia empresarial y entorno de actuación 1.1. La auditoría de marketing 1.2. Auditoría como herramienta de control del plan de marketing 1.3. El control en el plan de marketing
2. La necesidad de auditar por observar el mercado 2.1. El entorno y su influencia en la estrategia empresarial
3. El análisis interno, la adaptación a factores propios 3.1. El microambiente interno