



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

**Instituto de Ciencias Económico
Administrativas**





- Área Académica: Mercadotecnia
- Tema: Análisis Situacional
(Entorno Interno)
- Profesor(a):
 - M.A. Joel Ramírez Ortega
 - M.A. Heidy Cerón Islas
 - M.A. Miguel Leonel Cortes Miranda
- Periodo: Julio Diciembre 2017



Análisis Situacional

Entorno Externo

Revisión de las metas y los objetivos de marketing

Revisión del desempeño del marketing actual

Revisión de los recursos organizacionales actuales y anticipados

Revisión de los aspectos culturales y estructurales actuales y anticipados



- **Determinar si:**
 - Son congruentes con la misión de la empresa
 - Son congruentes con los cambios recientes en el entorno
 - Conducen a los resultados esperados



Revisión del desempeño del marketing actual

- Descripción del desempeño actual de la empresa en comparación con el de otras del mismo ramo.



Revisión de los recursos
organizacionales
actuales y anticipados

- **Financieros**
- **De capital**
- **Humanos**
- **De experiencia**
- **Relacionados con
los proveedores o clientes clave**



Revisión de los aspectos culturales y estructurales actuales y anticipados

- Aspectos positivos y negativos
 - Orientación general
 - Énfasis en planeación a corto y largo plazo
 - Disposición de la cultura a adoptar un cambio



- Políticas internas y luchas de poder
- Posición e importancia general de la función de marketing
- Cambios en puestos ejecutivos clave
- Satisfacción y moral de los empleados de la empresa



Referencias Bibliográficas

- **Estrategia de Marketing. O.C. Ferrell. Thomson, 2012.**

