

PLAN E INFORMES DE MARKETING INTERNACIONAL

SKU: EVOL-3205-VTP-A | Categorías: [COMERCIO Y MARKETING](#), [Marketing](#), [Publicidad y Comunicación](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas 50

Acreditado por Universidad SI

Créditos ECTS 2

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

- Relacionar entre si la información proveniente del SIM y las variables que intervienen en el marketing obteniendo conclusiones para el plan de marketing internacional de la empresa.
- Elaborar un informe de base, briefing, de productos/marcas para el desarrollo de un plan de marketing internacional.

Contenidos

UD1. Planificación de marketing internacional.

- 1.1. El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad Comercial Internacional.
- 1.2. Análisis de la situación.
- 1.3. Diagnóstico: análisis DAFO.
- 1.4. Establecimiento de los objetivos del Marketing.
- 1.5. Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales.

UD2. Plan operativo y acciones de marketing internacional.

- 2.1. El plan de acción de Marketing.
- 2.2. Asignación presupuestaria de las acciones de Marketing.
- 2.3. El control del plan de Marketing.
- 2.4. Herramientas informáticas para la organización y planificación de Marketing Internacional.

UD3. Briefing de productos y/o marcas en la internacionalización de la empresa.

- 3.1. Concepto y funciones del briefing en el Marketing.
- 3.2. Determinación de los objetivos del Briefing.
- 3.3. La elección de la estructura del Briefing.
- 3.4. Como realizar un Briefing.



3.5. La presentación del Briefing.

