PLANIFICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

SKU: EVOL-2992-VNO-B | **Categorías:** COMERCIO Y MARKETING, Marketing, Publicidad y Comunicación

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	25
Acreditado por Universidad	NO
Créditos ECTS	0

CURSO TEMÁTICO

Objetivos

- Utilizar la técnica del análisis DAFO para extraer conclusiones sobre la situación competitiva de la empresa, partiendo de un supuesto convenientemente caracterizado en el que se especifican las características principales de una empresa y el mercado internacional de referencia.
- Interpretar la información disponible sobre las características de la empresa, su enfoque competitivo y las estrategias y políticas de marketing previamente diseñadas, para su incorporación al plan de marketing internacional.

Contenidos

1. El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional.

2. Análisis de la situación.

3. Diagnóstico: análisis DAFO.

4. Establecimiento de los objetivos del marketing.

5. Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales.