



Control y seguimiento de políticas de marketing

Sku: UF2393_V2

Horas: 30

OBJETIVOS

Aplicar sistemas de control y seguimiento de las variables y acciones previstas en distintos tipos de planes de marketing,

CONTENIDOS

Tema 1. Ejecución e implantación del Plan de Marketing.

1.1 Fases del Plan de Marketing.

1.2 Negociación del Plan de Marketing en la Empresa.

1.3 Recursos económicos para el Plan de Marketing.

Tema 2. Seguimiento y control del Plan de Marketing.

2.1 Técnicas de seguimiento y control de las políticas de Marketing.

2.2 Ratios de control del Plan de Marketing.

2.3 Análisis de retorno del Plan de Marketing.

2.4 Elaboración de informes de seguimiento.