



Seguimiento y evaluación de programas y acciones vinculados al marketing cultural

Sku: CT0545

Horas: 18

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Sistemática de formulación de objetivos de control del plan de marketing teniendo como referencia la consecución de los objetivos. 2. Métodos para el control y seguimiento de las decisiones y acciones en los planes de marketing. 3. Metodologías para valorar el grado de satisfacción del cliente. 4. Técnicas de seguimiento de presupuestos. 5. Identificación de variables de control en las acciones de marketing. 6. Desarrollo de indicadores de impacto y eficacia de las acciones de marketing. 7. Adaptación de herramientas de cálculo para su utilización en acciones de marketing cultural. 8. Técnicas de tabulación e interpretación de resultados. 9. Aplicación de medidas correctoras ante las desviaciones en el programa: planes De contingencia. 10. Procedimientos para la detección y gestión de implantación acciones de mejora. 11. Protocolos para la elaboración, estructuración y presentación de informes de seguimiento con los resultados obtenidos, destinados a responsables de las políticas culturales.