



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

Sku: CT2236

Horas: 9

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Concepto y funciones del briefing en el marketing.
2. Determinación de los objetivos del briefing.
3. La elección de la estructura del briefing.
4. Cómo realizar un briefing.
 - 4.1. Análisis del plan de marketing: detección y extracción de la información necesaria.
 - 4.2. Información que no debe ser introducida en un briefing.
 - 4.4. Adecuación de los contenidos a los destinatarios de la información.
5. La presentación del briefing.
 - 5.1. Utilización de procesadores de texto para la presentación del briefing.
 - 5.2. Herramientas informáticas para presentaciones orales.
 - 5.3. Utilización de medios audiovisuales para presentaciones.