



Plan operativo y acciones de marketing internacional

Sku: CT2237

Horas: 10

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. El plan de acción de marketing.

- 1.1. Objetivos y alcance de los planes de acción.
- 1.2. Estructura y organización del plan de acción.
- 1.3. Pautas para la elaboración de un plan de acción.

2. Asignación presupuestaria de las acciones de marketing.

3. El control del plan de marketing.

- 3.1. Control de la realización de los objetivos.
- 3.2. Medida del desempeño.
- 3.3. Análisis de desviaciones.
- 3.4. Establecimiento de medidas correctoras.

4. Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional.

- 4.1. Organización de tareas y agenda.
- 4.2. Elaboración del plan de marketing: modelos y procesador de textos.
- 4.3. Utilización de herramientas informáticas para la transmisión dentro de la organización.