



Planificación de marketing internacional

Sku: CT2238

Horas: 23

Formato: HTML

CONTENIDOS

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

- 1.1. Concepto.
- 1.2. Características que debe cumplir un plan de marketing.
- 1.3. Contenidos y esquema.
- 1.4. Utilidades.
- 1.5. Aspectos a considerar en la elaboración de planes de marketing online.

2. Análisis de la situación.

- 2.1. Análisis externo.
- 2.2. Análisis interno.

3. Diagnóstico: análisis DAFO.

- 3.1. La técnica del análisis DAFO.
- 3.2. Análisis de las debilidades y fortalezas de la organización.
- 3.3. Análisis de las oportunidades y amenazas del entorno.

4. Establecimiento de los objetivos del marketing.

- 4.2. Factores a tener en cuenta en la determinación de los objetivos del marketing.
- 4.3. Clases de objetivos.
- 4.4. Redacción de objetivos.
- 4.5. Formulación de objetivos relacionados con los mercados internacionales.

5. Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales.

- 5.1. Estrategias corporativas.
- 5.2. Estrategias de cartera.
- 5.3. Estrategias de segmentación y posicionamiento.
- 5.4. Estrategia funcional; las políticas de marketing internacional.