



Ejecución e implantación del plan de marketing

Sku: CT2726

Horas: 19

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Fases del plan de marketing.

- 1.1. Diseño.
- 1.2. Implementación.
- 1.3. Control.
- 1.4. Mejora continua.

2. Negociación del plan de marketing en la empresa.

- 2.1. Formulación de la estrategia de marketing.
- 2.2. Definición de objetivos.
- 2.3. Modelos de organización empresarial e implantación del plan.

3. Recursos económicos para el plan de marketing.

- 3.1. El presupuesto del plan de marketing.
- 3.2. Cálculo de desviaciones de gastos.