



Curso ON-LINE

PLAN E INFORMES DE MARKETING INTERNACIONAL

OBJETIVOS



- Relacionar entre sí la **información proveniente del SIM** y las variables que intervienen en el marketing obteniendo conclusiones para el plan de marketing internacional de la empresa.
- Elaborar un **informe de base, briefing, de productos/marcas** para el desarrollo de un plan de marketing internacional.

ÍNDICE

UD1. Planificación de marketing internacional

- 1.1 El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional.
- 1.2 Análisis de la situación.
- 1.3 Diagnóstico: análisis DAFO.
- 1.4 Establecimiento de los objetivos del marketing.
- 1.5 Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales.

UD2. Plan operativo y acciones de marketing internacional.

- 2.1 El plan de acción de marketing.
- 2.2 Asignación presupuestaria de las acciones de marketing.
- 2.3 El control del plan de marketing.
- 2.4 Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional.

UD3. Briefing de productos y/o marcas en la internacionalización de la empresa

- 3.1 Concepto y funciones del briefing en el marketing.
- 3.2 Determinación de los objetivos del briefing.
- 3.3 La elección de la estructura del briefing.
- 3.4 Como realizar un briefing.
- 3.5 La presentación del briefing.