

## FICHA TÉCNICA DEL CURSO

**Nombre del curso:** Plan e informes de marketing internacional

**Duración:** 50h

**Modalidad:** Online

### Objetivo

- Relacionar entre si 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.

### Contenido

#### **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.