

Modalidad: curso e-Learning Duración: 10 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Organizar la información obtenida del análisis y desarrollo de las políticas de marketing para su inclusión en el plan de marketing internacional de la empresa. 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.

CONTENIDOS

1. El plan de acción de marketing. 2. Asignación presupuestaria de las acciones de marketing. 3. El control del plan de marketing. 4. Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional.

