

Modalidad: curso e-Learning Duración: 30 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Aplicar sistemas de control y seguimiento de las variables y acciones previstas en distintos tipos de planes de marketing.

CONTENIDOS

UD1. Ejecución e implantación del Plan de Marketing. 1.1. Fases del Plan de Marketing. 1.2. Negociación del Plan de Marketing en la Empresa. 1.3. Recursos económicos para el Plan de Marketing. UD2. Seguimiento y control del Plan de Marketing. 2.1. Técnicas de seguimiento y control de las políticas de Marketing. 2.2. Ratios de control del Plan de Marketing. 2.3. Análisis de retorno del Plan de Marketing. 2.4. Elaboración de informes de seguimiento.

