

## Plan e informes de marketing internacional

### DESCRIPCIÓN

#### Los objetivos de este curso son:

- 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.

### DIRIGIDO A

El curso está dirigido a alumnos interesados en la temática, y permitirá al usuario adquirir los conocimientos y destrezas necesarias para desempeñar funciones relacionadas con la materia.

### REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

No se establecen requisitos previos de acceso:

Requisitos para la obtención del título:

- Completar el 100% de las autoevaluaciones
- Lectura/ Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Superar el examen final con una nota superior al 60% (3 intentos máximo)

Los alumnos que no superen el examen final, pero cumplan el resto de requisitos, podrán solicitar un certificado de Participación emitido por INTEDYA Internacional

#### FICHA DEL CURSO

**Modalidad Elearning**

Duración: 40 h

**Titulación Otorgada**

Plan e informes de marketing internacional

**Modalidad Elearning**

Duración: 40 h

**Titulación Otorgada**

Plan e informes de marketing internacional

**Unidad didáctica 1. 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.

**Unidad didáctica 2. 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:

**Unidad didáctica 3. 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.