

Curso: Control y Seguimiento de Políticas de Marketing

Familia Profesional: Comercio y marketing.

Modalidad: On-line (Teleformación).

Duración: 15 h.

Contenidos:

1. Ejecución e implantación del plan de marketing

1.1. Fases del plan de marketing

1.1.1. Diseño

1.1.2. Implementación

1.1.3. Control

1.1.4. Mejora continua

1.2. Negociación del plan de marketing en la empresa.

1.2.1. Formulación de la estrategia de marketing

1.2.2. Definición de objetivos

1.2.3. Modelos de organización empresarial e implantación del plan

1.3. Recursos económicos para el plan de marketing.

1.3.1. El presupuesto del plan de marketing

1.3.2. Cálculo de desviaciones de gastos

2. Seguimiento y control del plan de marketing

2.1. Técnicas de seguimiento y control de las políticas de marketing.

2.1.1. Control del plan anual

2.1.2. Control de rentabilidad

2.1.3. Control de eficiencia

2.1.4. Control estratégico

2.2. Ratios de control del plan de marketing.

2.2.1. Beneficios

2.2.2. Rentabilidad y participación en el mercado

2.3. Análisis de retorno del plan de marketing.

2.3.1. Criterios a considerar

2.4. Elaboración de informes de seguimiento.