ACADEMIA INTEGRAL
CENTRO DE NUEVAS TECNOLOGIAS

LA FORMACIÓN ES LA CLAVE DEL ÉXITO

Guía del Curso
UF2393 Control y Seguimiento de Políticas de Marketing

Modalidad de realización del curso: A distancia y Online
Titulación: Diploma acreditativo con las horas del curso

OBJETIVOS

Este curso se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente a la Unidad Formativa UF2393 Control y seguimiento de políticas de marketing, incluida en el Módulo Formativo MF2185_3 Políticas de Marketing, regulada en el Real Decreto 614/2013, de 2 de agosto, que permita al alumnado adquirir las competencias profesionales necesarias para asistir en la definición y seguimiento de las políticas y plan de marketing.

CONTENIDOS

UNIDAD FORMATIVA 1. CONTROL Y SEGUIMIENTO DE POLÍTICAS DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EJECUCIÓN E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

1. Fases del plan de marketing:
2. - Diseño
3. - Implementación

4. - Control
5. - Mejora Continua
6. Negociación del plan de marketing en la empresa
7. - Formulación de la estrategia de marketing
8. - Definición de objetivos
9. - Modelos de organización empresarial e implantación del plan
10. Recursos económicos para el plan de marketing
11. - El presupuesto del plan de marketing
12. - Cálculo de desviaciones de gastos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

1. Técnicas de seguimiento y control de las políticas de marketing
2. - Control del plan anual
3. - Control de rentabilidad
4. - Control de eficiencia
5. - Control estratégico
6. Ratios de control del plan de marketing
7. - Beneficios
8. - Rentabilidad y participación en el mercado
9. Análisis de retorno del plan de marketing
10. - Criterios a considerar
11. Elaboración de informes de seguimiento

C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga

Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941

www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es

ACADEMIA INTEGRAL
CENTRO DE NUEVAS TECNOLOGIAS