

## PLAN E INFORMES DE MARKETING INTERNACIONAL (40 HORAS)

**MODALIDAD:** ONLINE

**CONTACTO:** campus@formagesting.com / +34 722 164 372

### OBJETIVOS DEL CURSO

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

##### UNIDAD 1

- Identificar los tres niveles de decisión de la empresa: estratégico, planificación y operativo.
- Explicar las características y la utilidad de un plan de marketing.
- Descripción del esquema, contenido y fases de un plan de marketing.
- Conocer los pasos de la fase de análisis de la situación.
- Identificar las decisiones estratégicas de marketing.
- Aplicación de las políticas operativas de marketing.

##### UNIDAD 2

- Explicar las características y la utilidad de un plan de un plan operativo de marketing internacional.
- Descripción del esquema, contenido y organización del plan de acción.
- Conocer las pautas para la elaboración de un plan de acción
- Describir la elaboración de un presupuesto de marketing.
- Describir los tipos y medidas del control del plan operativo de marketing internacional.
- Conocer el análisis de las desviaciones.
- Describir las herramientas informáticas disponibles para la organización y planificación de marketing internacional.

##### UNIDAD 3

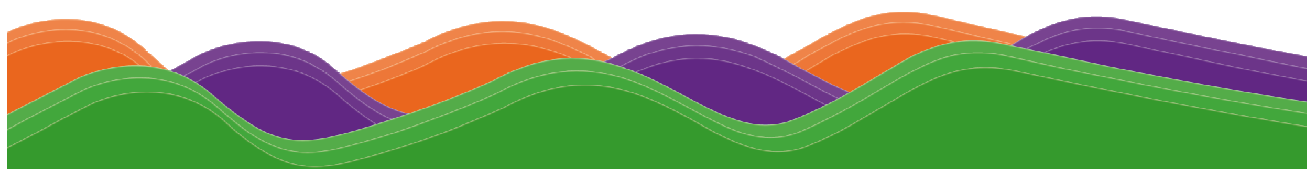
- Explicar el concepto y las funciones del briefing.
- Determinación de los objetivos del briefing.
- Describir la estructura del briefing.
- Explicar la forma de elaboración de un briefing.
- Describir la presentación del briefing y las herramientas disponibles

### PROGRAMA

#### UNIDAD 1. PLANIFICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

Introducción y objetivos.

1. El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional.
  - 1.1. Concepto.
  - 1.2. Capacidades.
  - 1.3. Tipos de decisiones.
  - 1.4. Características que debe cumplir un plan de marketing.
  - 1.5. Contenidos y esquema.
  - 1.6. Utilidades.
  - 1.7. Aspectos a considerar en la elaboración de planes de marketing online.



2. Análisis de la situación.
  - 2.1. Análisis externo.
  - 2.2. Análisis interno.

#### Ejercicio 1

3. Diagnóstico: análisis DAFO.
  - 3.1. La técnica del análisis DAFO.
  - 3.2. Análisis de las debilidades y fortalezas de la organización.
  - 3.3. Análisis de las oportunidades y amenazas del entorno.
4. Establecimiento de los objetivos del marketing.
  - 4.1. Principios generales para el establecimiento de objetivos.
  - 4.2. Factores a tener cuenta en la determinación de los objetivos del marketing.
  - 4.3. Clases de objetivos.
  - 4.4. Redacción de objetivos.
  - 4.5. Formulación de objetivos relacionados con los mercados internacionales.

#### Ejercicio 2

5. Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales.
  - 5.1. Estrategias de corporativas.
  - 5.2. Estrategias de cartera.
  - 5.3. Estrategias de segmentación y posicionamiento.
    - 5.3.1. Introducción.
    - 5.3.2. Segmentación de mercados.
    - 5.3.3. Selección del mercado objetivo.
    - 5.3.4. Diferenciación y posicionamiento.
  - 5.4. Estrategia funcional: las políticas de marketing internacional.

#### Resumen

#### Supuesto Práctico 1

#### Evaluación 1

## UNIDAD 2. PLAN OPERATIVO Y ACCIONES DE MARKETING INTERNACIONAL

Introducción y objetivos.

1. El plan de acción de marketing.
  - 1.1. Introducción.
  - 1.2. Objetivos y alcance de los planes de acción.
  - 1.3. Estructura y organización del plan de acción.
  - 1.4. Pautas para la elaboración de un plan de acción.
2. Asignación presupuestaria de las acciones de marketing.
3. El control del plan de marketing.
  - 3.1. Control de la realización de los objetivos.
  - 3.2. Medida del desempeño.
  - 3.3. Análisis de desviaciones.
  - 3.4. Establecimiento de medidas correctoras.

#### Ejercicio 3

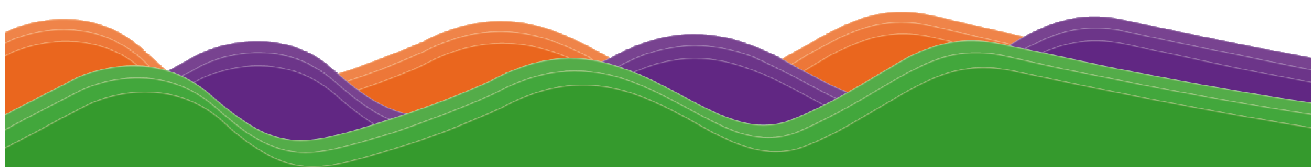
4. Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional.
  - 4.1. Organizador de tareas y agenda.
  - 4.2. Elaboración del plan de marketing: modelos y procesador de textos.
  - 4.3. Utilización de herramientas informáticas para la transmisión de información dentro de la organización.

#### Resumen

#### Supuesto Práctico 2

#### Test 2

#### Evaluación 2



### UNIDAD 3. BRIEFING DE PRODUCTOS Y/O MARCAS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Introducción y objetivos.

1. Concepto y funciones del briefing en el marketing.
2. Determinación de los objetivos del briefing.
3. La elección de la estructura del briefing.
4. Cómo realizar un briefing.
  - 4.1. Análisis del plan de marketing: detección y extracción de la información necesaria.
  - 4.2. Información que no debe ser introducida en un briefing.
  - 4.3. Procedimiento para la redacción y estructuración del briefing.
  - 4.4. Adecuación de los contenidos a los destinatarios de la información.
5. La presentación del briefing.
  - 5.1. Utilización de procesadores de texto para la presentación del briefing.
  - 5.2. Herramientas informáticas para presentaciones orales.
  - 5.3. Utilización de medios audiovisuales para presentaciones.

Resumen

Supuesto Práctico 3

Test 3

Evaluación 3

Evaluación final

### TEMPORALIZACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA	Total
Unidad 1. Planificación de marketing internacional.	20 horas
Unidad 2. Plan operativo y acciones de marketing internacional.	10 horas
Unidad 3. Briefing de productos y/o marcas en la internacionalización de la empresa.	10 horas
<b>TOTALES</b>	<b>40 horas</b>

### FORMACIÓN NECESARIA PARA ACCEDER CON ÉXITO AL CURSO

No requiere formación previa.

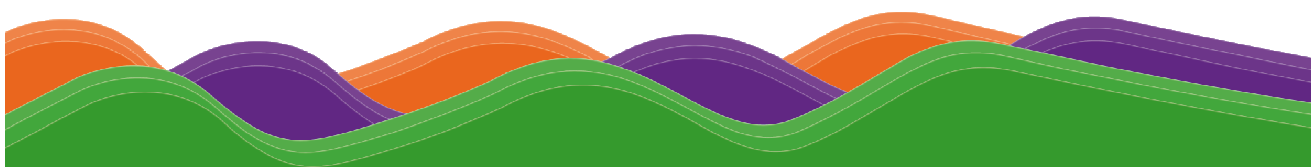
### ESPECIFICACIONES

Curso Scorm. Ejercicios y Evaluaciones integrados en temario.

### HARDWARE NECESARIO Y PERIFÉRICOS ASOCIADOS

Ordenador y conexión a Internet:





- PC o Portátil : Pentium II, CPU 3GHz, 512 MB de memoria RAM.



- **MAC:** Power Mac 64, Power Mac 65 ó Apple con procesador Intel 16 GB RAM.
- **Conexión a Internet:** ADSL mínimo 1MB o conexión 3G con una velocidad superior a 128 Kbps/seg.

## SOFTWARE NECESARIO

El campus virtual funciona en los siguientes navegadores:

-  **Internet Explorer:** a partir de la versión 8.0.
-  **Google Chrome:** a partir de la versión 22.0.
-  **Mozilla Firefox:** a partir de la versión 15.0.
-  **Safari:** a partir de la versión 5.0.

Además, será necesario tener instalado:

- **Acrobat Reader**, versión 6.0 o superior, o **Foxit Reader**, versión 2.3.
- **Flash Player**.
- **Java Sun** (Google Chrome requiere la actualización 10 de la versión de Java).
- **Reproductor de Windows Media Player** a partir de la versión 9.

## TIEMPO DE RESPUESTA

Los tutores pedagógicos atenderán a los alumnos en un plazo de 24 horas y los tutores de contenido en un plazo máximo de 48 horas en días laborables.

## SERVICIOS DEL CAMPUS VIRTUAL

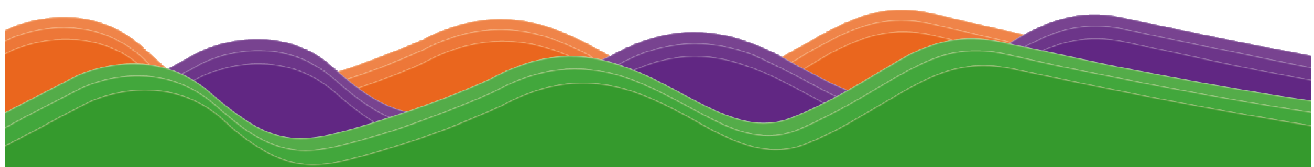
- **Guía didáctica.** En ella se marcan y explican las pautas, orientaciones y recomendaciones necesarias para el seguimiento y aprovechamiento adecuado del curso.

- **Contenidos.** Los contenidos de este curso han sido realizados por un equipo multidisciplinar, entre los que se encuentran expertos en la materia que se desarrolla, pedagogos, docentes y técnicos informáticos en desarrollos multimedia.

En este curso se ha buscado un equilibrio entre el necesario rigor técnico de los contenidos y una presentación atractiva e intuitiva que facilite el seguimiento del curso y que constituya una clara opción de aprendizaje, de manera que todo aquél que lo realice vea satisfechas sus expectativas: comprensión y asimilación de todo lo relacionado con las unidades desarrolladas y capacidad para aplicar estos conocimientos a la práctica diaria.

El temario de este curso tiene un **formato dinámico e interactivo**, en base al cual podrás participar activamente en tu aprendizaje. En la construcción del mismo se han utilizado una serie de iconos y links, que requieren tu participación en el descubrimiento de los contenidos, ya que deberás interactuar con los mismos para ver la información. De esta manera, el seguimiento del curso se convierte en una experiencia dinámica que requiere de una participación activa del alumno, lo que facilita la rapidez en la comprensión y uso de la información. Ello contribuye a conseguir que el curso resulte más entretenido y no debemos olvidar que el entretenimiento acrecienta el interés, el cual, a su vez, favorece la atención y concentración, que se traducen en mayores niveles de aprendizaje.

- **Actividades.** Hemos desarrollado ejercicios y casos prácticos interactivos, integrados en los



contenidos, que fomentan la participación e interacción continua de los alumnos y permiten que vayan afianzando los conocimientos al mismo tiempo que los adquieren, con el fin de que lleguen totalmente preparados a la evaluación final y la superen sin dificultades.

- **Tutores a disposición del alumno:**

Un tutor de contenido experto en la materia que resolverá las dudas concretas sobre el temario y los ejercicios.

Un tutor pedagógico que le ayudará y motivará a lo largo del curso. Se pondrá en contacto periódicamente con los alumnos informándoles de su estado de evolución y animándoles a finalizar con éxito el curso. También les informará de todo lo relativo al curso (información de interés, inclusión de documentación adicional en la biblioteca, etc.).

Un tutor técnico o web máster que resolverá cualquier problema técnico de acceso a la plataforma, registro de notas, etc.

- **Otros servicios.** Estos cursos disponen de tutorías, correo electrónico, biblioteca (donde se encuentran documentos formativos complementarios, como el manual del curso), chat, FAQ's, agenda y calendario, foro y otros servicios incluidos en el Campus Virtual.

## DIPLOMA

Al finalizar el curso los alumnos recibirán un **Diploma** o **Certificado**. “Enseñanza que no conduce a la obtención de un título con valor oficial”.

