

# Plan e informes de marketing internacional

---

**Modalidad: Teleformación**

**Duración: 40 horas**

**Titulación expedida por la Universidad Rey Juan Carlos<sup>1</sup>**

## Objetivos

- 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.

## Índice

### **UD1. 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.

### **UD2. 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.

### **UD3. 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.

---

<sup>1</sup> Una vez superado el curso