

Objetivos

- Adquirir conocimientos sobre el plan de marketing y sus aspectos más característicos.
- Conocer cuáles son las facilidades que presenta el plan y las oportunidades que aporta a las organizaciones.
- Conocer los aspectos más relevantes del plan de marketing y el modo más adecuado de realizar su presentación.

Temario

- 1.0 Planificación y presentación del plan de marketing**
 - 1.1 Naturaleza y contenido de un plan de marketing
 - 1.2 Presentación del plan de marketing
- 2.0 Implantación, evaluación y control del plan de marketing**
 - 2.1 La implantación del plan de marketing
 - 2.2 Evaluación y control del plan de marketing
 - 2.2.1 Control del plan anual
 - 2.2.2 Control de la rentabilidad
 - 2.2.3 Control de la eficiencia
 - 2.2.4 Control estratégico