Paraninfo

UF2393 - Control y seguimiento de políticas de marketing

Editorial: Paraninfo
Autor: JOAQUÍN GAYARRE MADOZ, INMACULADA ESTHER SERRANO GONZÁLEZ
Clasificación: Certificados Profesionales > Comercio y Marketing
Tamaño: 17 x 24 cm.
Páginas: 124
ISBN 13: 9788428340632
ISBN 10: 8428340633
Precio sin IVA: 12,98 Eur
Precio con IVA: 13,50 Eur
Fecha publicacion: 27/03/2019

Sinopsis

Este manual pone al alcance del lector los principios básicos de todo plan de marketing, su implementación por parte de los equipos de ventas y trademarketing, su seguimiento y el control que se precisa.
De una manera detallada, accesible y clara se presentan los instrumentos necesarios para planificar y llevar a cabo el sistema de control de las distintas acciones de marketing y a la vez poder implementar las medidas correctivas que resulten necesarias.
El contenido de la obra responde fielmente al currículo que para la unidad formativa UF2393 *Control y seguimiento de políticas de marketing* se determina en el RD 614/2013 de 2 de agosto, que regula el certificado de profesionalidad denominado *Gestión de marketing y comunicación* (COMM0112), en el que se integra esta unidad formativa, que a su vez forma parte del módulo formativo MF2185_3 *Políticas de marketing.*
Para lograr un enfoque eminentemente didáctico y fundamentalmente práctico, todas las explicaciones teóricas se acompañan de una cuidada selección de gráficos, ejemplos reales del mundo empresarial, destacados, actividades resueltas y propuestas de actividades de aplicación, que en su conjunto, suponen un material didáctico idóneo tanto para el formador como para el alumno que aspira a desarrollar en el entorno profesional del marketing su actividad laboral.
Los autores, licenciados en Economía, son docentes en centros concertados de Formación Profesional y expertos en Comercio y Marketing.

Indice

Introducción a la normativa

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 implementación 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

Cuestionario de autoevaluación

Actividades propuestas

2. Seguimiento y control del plan de marketing

Introducción

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

2.1.1. Control del Plan Anual

2.1.2. Control de la 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 entorno del plan de marketing

2.3.1. Criterios a considerar

2.4. Elaboración de informes de seguimiento

Cuestionario de autoevaluación

Ediciones Paraninfo S.A. Calle José Abascal, 56 (Utopicus). Oficina 217. 28003 Madrid (España)
Tel. (+34) 914 463 350 Fax
info@paraninfo.es www.paraninfo.es