MARE NOSTRUM
BUSINESS SCHOOL

# MÁSTER

## MÁSTER EN MARKETING INTERNACIONAL

- DIPLOMA AUTENTIFICADO POR NOTARIO EUROPEO -

MNBS055





## METODOLOGÍA

Este **Máster en Marketing Internacional** está dirigido a profesionales, técnicos y a todas aquellas personas que estén interesadas en este ámbito profesional.

Permite conocer la internacionalización de la empresa, la política de producto, de precio, de comunicación y de distribución en el marketing internacional, las herramientas informáticas para el cálculo de valores y tendencias de mercado, la planificación del marketing internacional, el plan operativo y acciones, el briefing de productos y/o marcas en la internacionalización de la empresa, así como los medios de pago internacionales. Además, el alumno también dispondrá de un CD con casos prácticos.

El alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre la Escuela Mare Nostrum. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

## FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA DE 600H

MODALIDAD ONLINE

DURACIÓN DE HASTA UN AÑO

CURSO INICIAL ONLINE

TUTORÍAS INDIVIDUALES

IDIOMA CASTELLANO



## IMPORTE TOTAL

VALOR ACTUAL:
~~1580€~~ 395€

PAGO FRACCIONADO DISPONIBLE

DIFERENTES MÉTODOS DE PAGO

ENVÍO DEL DIPLOMA INCLUIDO

## RECONOCIMIENTO

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "MÁSTER EN MARKETING INTERNACIONAL", de la ESCUELA MARE NOSTRUM, avalada por nuestra condición de socios de la AEEN, asociación española de escuelas de negocios.



# PLAN DE ESTUDIOS

## PARTE 1. COMERCIO INTERNACIONAL

### INTRODUCCIÓN

### BLOQUE I. BASES ELEMENTALES DEL COMERCIO INTERNACIONAL

### MÓDULO 1. FUNDAMENTOS DEL COMERCIO

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIÓN DE COMERCIO

1. La compraventa como epicentro

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. HISTORIA DEL COMERCIO

1. Nacimiento
    - El desarrollo agrícola como punto de partida
    - Aparición del comercio alfarero y siderúrgico
2. Trueque
3. Invención de la moneda
4. Creación de rutas comerciales
    - Ruta de la seda
    - Ruta de las especias
    - Ruta del ámbar
    - Ruta del oro
5. Surgimiento de los bancos
6. Mejora de las comunicaciones
    - Construcción y actualización de carreteras
    - Invención del ferrocarril
    - Revolución Industrial y aumento de la producción

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. CARACTERÍSTICAS DEL COMERCIO CONTEMPORÁNEO

1. Intercambio
2. Lucro
3. Mercado
4. Competencia
5. Variedad de productos y servicios
6. Regulación
7. Globalización

### RESUMEN

### AUTOEVALUACIÓN

## MÓDULO 2. MODELOS Y POLÍTICA ECONÓMICA

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA

1. Concepto
2. Factores productivos
    - Trabajo
    - Capital
    - Tierra
3. Agentes económicos
    - Sector público
    - Sector privado
    - Tercer sector
4. Sectores de actividad
    - Sector primario
    - Sector secundario
    - Sector terciario
    - Sector cuaternario

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. TEORÍAS ECONÓMICAS

1. Mercantilismo
2. Fisiocratismo
3. Capitalismo
4. Marxismo
5. Marginalismo
6. Keynesianismo
7. Poskeynesianismo
8. Monetarismo
9. Neocartalismo

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. MODELOS ECONÓMICOS

1. Economía liberalizada
2. Economía planificada
    - Planificación colectiva
    - Planificación centralizada

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS ECONÓMICAS

1. Autarquía
2. Apertura

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. OPERADORES ECONÓMICOS

1. Empresas
    - Empresario individual
    - Empresario social
2. Trabajadores
3. Consumidores
4. Entidades financieras
    - Bancos
    - Cajas de ahorro
    - Cooperativas de crédito

5. Inversionistas
6. Poderes públicos
    - Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia
    - Comisión Nacional del Mercado de Valores
    - Banco Central Europeo
    - Banco de España

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉRMINOS BÁSICOS

1. Producto Interior Bruto (PIB)
    - Como flujo de rentas
    - Como flujo de gastos
    - Como suma del valor añadido
2. PIB nominal
3. PIB real
4. Producto Nacional Bruto (PNB)
5. Renta Nacional Neta (RN)
6. Renta Personal (RP)
7. Renta Disponible (RD)
8. Renta Personal Disponible (RPD)
9. Índice de precios al consumo (IPC)

## RESUMEN

## AUTOEVALUACIÓN

# MÓDULO 3. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS

1. Comercio exterior
2. Importaciones y exportaciones

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS DE COMERCIO

1. Comercio local
2. Comercio regional
3. Comercio nacional
4. Comercio internacional

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. TEORÍAS SOBRE EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith
2. Teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo
    - Economías de escala
3. Teoría de la demanda recíproca de Stuart Mill
4. Teoría de Heckscher-Ohlin
5. Teoría de la gravedad del comercio internacional
6. Paradoja de Wassily Leontief
7. Teoría de Brander-Spencer

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. MODELOS DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Modelo librecambista
2. Modelo proteccionista

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORGANISMOS REGULADORES

1. Organización Mundial del Comercio (OMC)
    - GATT (1994)
2. Organización Mundial de Aduanas (OMA)
3. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)
4. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)
5. Fondo Monetario Internacional (FMI)
6. Banco Mundial (BM)
7. Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

## RESUMEN

## AUTOEVALUACIÓN

# MÓDULO 4. PRÁCTICA BÁSICA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. RELACIÓN REAL DE INTERCAMBIO

1. Relación real de intercambio neta
2. Relación real de intercambio bruta
3. Relación real de intercambio en función de la renta
4. Relación real de intercambio simple factorial
5. Relación real doble factorial

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. BALANZA DE PAGOS

1. Balanza por cuenta corriente
    - Bienes
    - Servicios
    - Rentas
    - Transferencias corrientes
2. Balanza de capital
    - Enajenación y adquisición de activos inmateriales no productivos
    - Transferencias de capital
3. Balanza de cuenta financiera
    - Inversiones en el exterior
    - Inversiones del exterior
    - Otras inversiones en el exterior
    - Errores y omisiones

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. INSTRUMENTOS DE POLÍTICA COMERCIAL

1. Instrumentos fiscales
    - Aranceles
    - Desgravaciones fiscales
2. Instrumentos financieros
    - Subvenciones
    - Tipos de cambio
    - Créditos preferenciales

3. Instrumentos jurídico-administrativos
    - Restricciones cuantitativas o contingentes
    - Exigencias técnicas
    - Medidas de protección de los consumidores
4. Instrumentos medioambientales

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. COOPERACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

1. Acuerdos comerciales
    - Acuerdos comerciales preferenciales
2. Áreas de libre comercio
3. Uniones aduaneras
4. Mercados comunes

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONFLICTOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Dumping
2. Embargo
3. Boicot
4. Bloqueo
5. Guerra aduanera
6. Abuso de posición dominante
    - Cárteles
    - Trust

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. INCOTERMS

1. Definición
2. Principales definiciones
    - Ex Works (EXW)
    - Free alongside ship (FAS)
    - Free on board (FOD)
    - Free carrier (FCA)
    - Cost and freight (CFR)
    - Cost, insurance and freight (CIF)
    - Carriage paid to (CPT)
    - Carriage and insurance paid (CIP)
    - Delivered at Place and Unloaded (DPU)
    - Delivered At Place (DAP)
    - Delivered Duty Paid (DDP)

## RESUMEN

## AUTOEVALUACIÓN

# MÓDULO 5. RÉGIMEN JURÍDICO ESPAÑOL DEL COMERCIO EXTERIOR

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA

1. Incorporación de los tratados al ordenamiento
2. Competencias sobre comercio exterior

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. INCIDENCIA DE LA UNIÓN EUROPEA

1. Caracterización de la Unión Europea
2. Política comercial comunitaria
    - Arancel exterior común
    - Política antidumping
    - Política antisubvenciones
    - Política de salvaguardia
    - Política de vigilancia y control
    - Política de acuerdos preferenciales
3. Mercado Único
4. Convenio de Roma de 1980

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. OTRAS NORMAS APLICABLES

1. Lex mercatoria
2. Convención de Viena de 1980

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTADÍSTICAS COMERCIALES

1. DataComex
2. Eurostat

## RESUMEN

## AUTOEVALUACIÓN

# BLOQUE II. LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL: DELIMITACIÓN Y RIESGOS

# MÓDULO 6. CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIÓN DE CONTRATO

1. Elementos esenciales del contrato
    - Objeto cierto
    - Causa
    - Capacidad de las partes
    - Consentimiento
    - Forma
2. Caracterización del contrato internacional

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS

1. Contrato de compraventa internacional
2. Contrato de servicios internacional
3. Contrato de distribución internacional
4. Contrato de suministro internacional
5. Contrato de franquicia internacional
6. Contrato de joint venture
7. Contrato de agencia internacional
8. Contrato de financiación internacional
9. Contrato de licencia de propiedad intelectual
10. Contrato de transferencia de tecnología

11. Contrato de transporte internacional

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

1. Mediación y arbitraje
2. Vía judicial
    - Competencia judicial internacional
    - Determinación de la ley aplicable

### RESUMEN

### AUTOEVALUACIÓN

## MÓDULO 7. MEDIOS DE PAGO

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. CARACTERIZACIÓN DE LOS MEDIOS DE PAGO

1. Criterios de elección

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES MEDIOS DE PAGO

1. Pago anticipado
    - Carta de crédito
2. Pago diferido

### RESUMEN

### AUTOEVALUACIÓN

## MÓDULO 8. RIESGOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIÓN

1. Distinción entre peligro y riesgo

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS DE RIESGOS

1. Riesgos de carácter comercial
    - Cancelación unilateral del contrato
    - Entrega defectuosa
    - Impago
2. Riesgo de fraude
3. Riesgo de país
    - Riesgo de transferencia
    - Riesgo de impago de las administraciones públicas
    - Riesgo de inestabilidad y solvencia del sistema financiero
    - Riesgo de guerra o de cambio de régimen político
    - Riesgos por catástrofes naturales
    - Riesgo por catástrofe nuclear
4. Riesgo de transporte
5. Riesgo de cambio
6. Riesgo legal
    - Riesgo documentario

## RESUMEN

## AUTOEVALUACIÓN

# MÓDULO 9. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE LOS RIESGOS

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. JUSTIFICACIÓN

1. Necesidad de certidumbre
2. Necesidad de seguridad jurídica

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. CLASES DE HERRAMIENTAS

1. Análisis DAFO
2. Análisis PEST/EL
3. Análisis Porter
4. Matrices de cartera
    - Matriz BCG
    - Matriz McKinsey/GE
5. Análisis del entorno sociopolítico

## RESUMEN

## AUTOEVALUACIÓN

# MÓDULO 10. COBERTURA DE RIESGOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO DE SEGURO

1. Evolución histórica
    - Antigüedad grecorromana
    - Gremios medievales

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELEMENTOS DEL CONTRATO

1. Elementos personales
    - Asegurado
    - Beneficiario
    - Tomador
    - Asegurador
2. Elementos formales
    - Póliza
3. Elementos reales
    - Interés asegurable
    - Riesgo asegurable
    - Prima
    - Obligación del asegurador de pagar la cantidad asegurada

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGURO DE CRÉDITO A LA EXPORTACIÓN

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. OTRAS MODALIDADES ANÁLOGAS AL SEGURO

1. Factoring
2. Forfaiting

### RESUMEN

### AUTOEVALUACIÓN

## BLOQUE III. FISCALIDAD Y ADUANAS

## MÓDULO 11. IVA Y COMERCIO INTERNACIONAL

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. NOCIONES BÁSICAS

1. Definición de IVA
2. Exención de las exportaciones

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPERACIONES GRAVADAS

1. Adquisiciones intracomunitarias de bienes
    - Definición
    - Hecho imponible
    - Adquisiciones no sujetas
    - Operaciones asimiladas
2. Importación de bienes
    - Concepto
    - Hecho imponible
    - Operaciones asimilables

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. OPERACIONES EXENTAS

1. Exenciones en las adquisiciones intracomunitarias
2. Exenciones en las importaciones de bienes

### RESUMEN

### AUTOEVALUACIÓN

## MÓDULO 12. SISTEMA Y RÉGIMEN DE ADUANAS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO Y FUNCIONES

1. Definición
2. Funciones
    - Función fiscal
    - Función de seguridad
    - Función de salud pública
    - Función estadística

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. NORMATIVA ADUANERA COMUNITARIA

1. Código aduanero de la UE
2. Códigos del Arancel Integrado de la Comunidad Europea (TARIC)

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. REGÍMENES ADUANEROS

1. Exportación
2. Despacho a libre práctica
3. Tránsito
    - Tránsito interno
    - Tránsito externo
4. Almacenamiento
    - Depósito aduanero
    - Zona franca
5. Transformación
    - Perfeccionamiento activo
    - Perfeccionamiento pasivo
6. Destinos especiales
    - Importación temporal
    - Destino final

## RESUMEN

## AUTOEVALUACIÓN

# MÓDULO 13. DEUDA ADUANERA Y GESTIÓN DOCUMENTAL

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. CARACTERIZACIÓN DE LA DEUDA ADUANERA

1. Elementos integradores
2. Nacimiento
3. Obligación de constituir una garantía

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. DOCUMENTO ÚNICO ADMINISTRATIVO (DUA)

1. Definición
2. Finalidad
3. Estructura

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. RECTIFICACIÓN DE DECLARACIONES

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPROBACIÓN DE DECLARACIONES

## RESUMEN

## AUTOEVALUACIÓN

## SOLUCIONARIO

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

# PARTE 2. MARKETING ESTRATÉGICO

## INTRODUCCIÓN

## MÓDULO 1. PRINCIPIOS DEL MARKETING

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO DE MARKETING

1. Conceptos básicos del marketing
2. Valor del marketing

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL MARKETING

1. Orientaciones del marketing
2. Tendencias actuales del marketing

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIMENSIONES DEL MARKETING

1. Marketing estratégico
    - Fases del marketing estratégico
    - Sistemas de información de marketing
2. Marketing operativo
3. Marketing estratégico vs. marketing operativo

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ÁMBITOS DE APLICACIÓN DEL MARKETING

1. Marketing empresarial
2. Marketing no empresarial
3. Marketing ecológico

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. ÉTICA DEL MARKETING

1. Código deontológico de la American Marketing Association

*Resumen*
*Espacio didáctico*

## MÓDULO 2. MARKETING MIX

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO DE MARKETING MIX

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRODUCTO

1. Tipos de productos o servicios
2. Atributos, marca, packaging y etiquetado

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRECIO

1. Métodos para fijar precios
2. Estrategias de precios

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIÓN

1. Tipos de canales de distribución
2. Intermediarios

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROMOCIÓN

1. Publicidad
2. Promoción de ventas

3. Relaciones públicas
4. Venta personal
5. Marketing directo

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. EVOLUCIÓN DE LAS 4P

1. Modelo de las 7P
2. Modelo de las 4C

*Resumen*
*Espacio didáctico*

## MÓDULO 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

1. Factores socioculturales
2. Factores políticos y legales
3. Factores económicos
4. Factores tecnológicos y científicos

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

1. Recursos y capacidades de la empresa
2. Proveedores
3. Intermediarios
4. Clientes
5. Competencia

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

1. Identificación, evaluación y selección de la competencia
2. Niveles de la competencia
3. Métodos para identificar a la competencia
4. Análisis de los competidores
5. Benchmarking
6. Ventaja competitiva

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DAFO

*Resumen*
*Espacio didáctico*

## MÓDULO 4. ANÁLISIS DEL MERCADO

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO

1. Mercado de referencia y producto-mercado
    - Ampliación del mercado de referencia

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEMANDA DE MERCADO

1. Mercados según la demanda
2. Estados de la demanda

3. Análisis de la demanda

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGMENTACIÓN

1. Métodos de segmentación
2. Estrategias de segmentación

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO

1. Proceso de posicionamiento

*Resumen*
*Espacio didáctico*

# MÓDULO 5. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. TIPOS DE CONSUMIDORES

1. Características de los clientes
2. Comportamiento de los clientes

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. RELACIÓN CON EL CLIENTE

1. Marketing relacional
    - Relaciones con el cliente
    - Relaciones con los públicos
2. Lealtad del cliente
3. Fidelización del cliente
    - Programas de fidelización

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR

1. Modelos de medición de la satisfacción del cliente
    - Barómetro sueco de satisfacción del cliente
    - Índice estadounidense de satisfacción del cliente
    - Barómetro noruego de satisfacción del cliente
    - Índice europeo de satisfacción del cliente

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS DESLEALES

*Resumen*
*Espacio didáctico*

## SOLUCIONARIO

# MARKETING ESTRATÉGICO II

# MÓDULO 6. APLICACIÓN DEL MARKETING

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. MISIÓN Y OBJETIVOS CORPORATIVOS

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIAS DE MARKETING

1. Estrategias de ventaja competitiva
    - Estrategias de liderazgo en costes
    - Estrategias de diferenciación
    - Estrategias de enfoque o especialización
2. Estrategias según el entorno y los competidores
    - Estrategias para líderes de mercado
    - Estrategias para empresas retadoras
    - Estrategias para empresas seguidoras
    - Estrategias para especialistas en nichos
3. Estrategias de crecimiento, mantenimiento y desinversión

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LA CARTERA DE PRODUCTOS

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. CANALES DE MARKETING

1. Modelos convencionales o above the line
    - Televisión y cine
    - Radio
    - Prensa
    - Publicidad exterior
    - Internet
2. Modelos no convencionales o below the line
    - Marketing de guerrilla
    - Marketing directo
    - Telemarketing
    - Marketing de influencers
    - Patrocinio y mecenazgo
    - Merchandising

*Resumen*
*Espacio didáctico*

## MÓDULO 7. MARKETING DIGITAL

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEL MARKETING TRADICIONAL AL MARKETING DIGITAL

1. Medios empleados
    - Medios propios u owned media
    - Medios pagados o paid media
    - Medios ganados o earned media
2. Objetivos del marketing digital

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1. Segmentación de mercado y buyer persona

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

1. Marketing de contenidos
2. Marketing viral
3. Vídeo marketing
4. Posicionamiento en motores de búsqueda

- Search engine optimization (SEO)
- Search engine marketing (SEM)

5. Estrategias de redes sociales
    - Social Ads
6. Email marketing
7. Automation marketing
8. Mobile marketing
9. Publicidad online: display y publicidad nativa
10. E-commerce

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. GROWTH HACKING

1. Perfil del growth hacker
2. Herramientas de growth hacking

*Resumen*
*Espacio didáctico*

## MÓDULO 8. ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. UTILIDAD DEL PLAN DE MARKETING

1. Mapa de ejecución

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. DESARROLLO DEL PLAN DE MARKETING

1. Análisis de la situación
2. Análisis PEST o PESTEL
3. Análisis SWOT, DAFO, FODA
4. Plan estratégico de mercado
5. Estrategia de marketing mix
6. Presupuesto de marketing
7. Medición de resultados
8. Valoración de resultados

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ADAPTACIÓN AL MARKETING DIGITAL

1. Estructura del plan
    - Análisis de la situación y del entorno
    - Establecimiento de los objetivos
    - Diseño de las estrategias
    - Seguimiento de los resultados

*Resumen*
*Espacio didáctico*

## MÓDULO 9. MEDICIÓN Y VALORACIÓN DE RESULTADOS I

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. MÉTRICAS DE MARKETING

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. MÉTRICAS DE CAMPAÑA

1. Métricas de adquisición de clientes
2. Métricas de rentabilidad comercial del cliente
3. Métricas de rentabilidad comercial del producto
4. Métricas de publicidad
5. Métricas de calidad

*Resumen*
*Espacio didáctico*

# MÓDULO 10. MEDICIÓN Y VALORACIÓN DE RESULTADOS II

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. MÉTRICAS DIGITALES

1. Métricas para SEO
2. Métricas para SEM
3. Métricas para e-commerce
4. Métricas para emailing
5. Métricas para redes sociales
6. Métricas para vídeo
7. Métricas para móvil

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. ERRORES A EVITAR

*Resumen*
*Espacio didáctico*

## SOLUCIONARIO

## BIBLIOGRAFÍA