

Marketing internacional

Modalidad: curso e-Learning Duración: 30 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

1. Conocer el proceso de globalización, las fuerzas impulsoras, ventajas y riesgos, niveles de globalización, corporaciones económicas internacionales, para un mayor conocimiento de la economía global.
2. Conocer las bases generales del marketing doméstico y el marketing internacional, así como los distintos ambientes, para el análisis óptimo del entorno.
3. Conocer las teorías del comercio internacional, los modelos y la hipótesis del ciclo de vida de un producto, los instrumentos de política comercial y políticas comerciales, para obtener unos mejores beneficios del comercio internacional.
4. Conocerla internalización de la empresa, la investigación, selección, tamaño y potencial de mercados, para buena internalización de la empresa.
5. Conocer qué es la exportación directa e indirecta y conocer otras formas de entrada en los mercados internacionales, para determinar la mejor forma de entrada en los mercados internacionales.
6. Conocer las orientaciones estratégicas de empresas internacionales y políticas de distribución internacional, de comunicación y promoción, para determinar las orientaciones estratégicas de las empresas internacionales.
7. Conocer internet y la investigación internacional de mercado, el comercio electrónico y su marco legal en internet, para un mejor uso de las nuevas tecnologías en el marketing internacional.

CONTENIDOS

- Unidad 1. Globalización
- Unidad 2. Análisis del entorno
- Unidad 3. Beneficios del Comercio
- Unidad 4. La internalización
- Unidad 5. Entradas en comercio exterior
- Unidad 6. Orientaciones estratégicas
- Unidad 7. Internet