

Política de producto en el marketing internacional

Modalidad: curso e-Learning Duración: 25 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Explicar los conceptos de cartera, línea de productos y el significado de la terminología empleada para cuantificar sus dimensiones
- Analizar y describir los atributos de los productos y/o servicios de la cartera de productos internacional de una empresa concreta y sus competidores.

CONTENIDOS

1. Atributos del producto.
2. El ciclo de vida del producto.
3. Estandarización/adaptación de los productos en los mercados internacionales.
4. La cartera de productos internacional.
5. La marca.
6. La política de producto en los mercados online.