

PLAN FORMATIVO DEL SEXPE

DIRIGIDO A POTENCIAR EL DESARROLLO PROFESIONAL DE LOS RRHH Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS

CURSO: MARKETING MIX INTERNACIONAL (130 h)

Modalidad
Teleformación



MARKETING MIX INTERNACIONAL (MF 1008_3)

Son abundantes los autores para los que el marketing internacional es una de las variables DETERMINANTES DEL ÉXITO de la internacionalización: Gençtürk (2001), Dhanaral (2003), Ling Yee. (20001), etc. Este curso te capacitará para IMPLEMENTAR LAS ACCIONES DEL PLAN DE MARKETING-MIX INTERNACIONAL:

- Analizando la información referida al producto o servicio, comprobando su adecuación a los mercados internacionales.
- Analizando las variables que componen e influyen en la política de precios en mercados internacionales
- Organizando y supervisando acciones de comunicación/promoción de productos/ servicios en ferias y eventos internacionales, optimizando los recursos asignados, para adecuar sus resultados a los objetivos establecidos

IMPARTE:

COLABORA:

OBJETIVOS DEL CURSO

1

Identificar las variables de marketing para la toma de decisiones en la internacionalización de la empresa, definir el concepto de marketing-mix internacional y los elementos que lo componen e Identificar las fases de la planificación comercial en la estrategia de internacionalización de la empresa.

2

Relacionar entre si la información proveniente del SIM y las variables que intervienen en el marketing obteniendo conclusiones para el plan de marketing internacional de la empresa. Definir y establecer las principales diferencias entre los conceptos de marketing operativo y marketing estratégico en la internacionalización de la empresa.

3

Interpretar la información externa disponible sobre las características que configuran el mercado o mercados internacionales de referencia para los productos y/o servicios de la empresa, en relación con su tamaño real y potencial, ubicación, nivel competitivo, nivel tecnológico, sistemas de distribución y tipología de los consumidores, para su incorporación al plan de marketing internacional.

4

Confeccionar informes en los que se reflejen de manera clara y sintética las conclusiones relacionadas con el análisis de las diferentes políticas de marketing, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas para la obtención, presentación del trabajo, archivo y posterior utilización y ampliación.

SUMARIO DE CONTENIDOS

UNIDAD 1. POLÍTICAS DE MARKETING INTERNACIONAL

- Variables de Marketing y la internacionalización de la empresa
- Política de producto en el marketing internacional. Estrategias
- Política de precio en el marketing internacional. Estrategias
- Política de comunicación de marketing internacional. Estrategias
- Política de distribución en el marketing internacional. Estrategias
- Herramientas informáticas para el cálculo de valores y tendencias de mercado.

UNIDAD 2. PLAN E INFORMES DE MARKETING INTERNACIONAL

- Información del SIM en la Planificación de marketing internacional
- Plan operativo y acciones de marketing internacional
- Briefing de productos y/o marcas en la internacionalización de la empresa

EQUIPO DOCENTE

JOSÉ PINILLA

Formación.

- + Licenciado en Administración y Dirección de Empresas. Zaragoza-Bachelor of Arts Honours Degree in Business. Universidad de Gales. Especialidad: Comercio Internacional.
- + Curso Postgrado en Marketing, Management y Relaciones Públicas. Queen's University of Belfast..
- + Técnico en Marketing Comercial y Comercio Exterior. Escuela Internacional de Negocios C.E.S.T.E

Experiencia docente/consultor 2005 en el área de comercio exterior y marketing comercial e internacional. Tutor de proyectos para emprendedores. Gerente de la Escuela del emprendedor

CARÁCTERÍSTICAS

Curso **oficial** (módulo formativo perteneciente al certificado de profesionalidad de **MARKETING Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL COMM0110**)

Requisitos de acceso a la formación: tener un nivel de estudios mínimo superior a bachillerato o haber cursado un certificado de profesionalidad de nivel 2 de la misma familia o de nivel 3 Modalidad **teleformación** y examen final presencial en Mérida (Centro de Formación ENPRO)

Metodología *"learning by doing"* desarrollada a través de la plataforma y contenidos de FORTEC, **entidad acreditada para impartir formación oficial online por el SEPE**

Acciones formativas **gratuitas**

CONTACTO: FORTEC: 976799643
ENPRO: 924300504

Inscribirse