



OBJETIVOS

- Profundizar sobre las diversas consideraciones sobre el marketing internacional a través del proceso de internacionalización, la orientación de gestión y los beneficios.
- Conocer los tipos de estrategias del marketing internacional.
- Conocer, distinguir y aprender a priorizar una estrategia en función del mercado.
- Saber tomar las decisiones oportunas sobre los productos.
- Identificar la política de distribución internacional.
- Seleccionar el mejor método para la publicidad.

DIRIGIDO A

Profesionales del mundo de la empresa que necesiten adentrarse en las funciones de internacionalización de sus productos y servicios. Titulados universitarios que quieran especializarse profesionalmente en comercio internacional.

DURACIÓN, MODALIDAD Y PRECIO

70 Horas

Modalidad: Online

Precio: 480 €

Ayudamos a tu empresa a **gestionar la bonificación** de este curso, contacte con nosotros 10 días antes del inicio del curso en serviciobonificaciones@camaramadrid.es

METODOLOGÍA

La modalidad de formación online es muy flexible ofreciendo al alumno la posibilidad de formarse cuando y donde quiera a través de nuestro Campus Virtual, por lo que el ritmo de aprendizaje lo marca el alumno. Con acceso multiplataforma podrás asistir a clase desde cualquier dispositivo (Ordenador, Tablet, Móvil...).

- Claustro de profesores compuesto por profesionales en activo, con una gran experiencia profesional en las materias que imparten y que te tutorizarán y guiarán para conseguir tus objetivos.

- Encuentros en tiempo real que permiten el contacto directo alumno-profesor permitiendo una perfecta transferencia del Know How de forma bidireccional.
- Título de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid, reconocido empresarialmente a nivel internacional.

PROGRAMA

TEMA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING INTERNACIONAL

- Consideraciones sobre el Marketing Internacional.
- El proceso de internacionalización.
- Beneficios del Marketing Internacional.
- Tendencias económicas mundiales.
- Entorno y sistemas económico.
- Etapa de desarrollo del mercado.

TEMA 2. TEORÍA Y ENTORNO DEL COMERCIO Y EL MARKETING INTERNACIONAL

- Teoría del comercio internacional.
- El entorno político, legal, social y cultural.

TEMA 3. INTELIGENCIA DEL MARKETING INTERNACIONAL

- Información para toma de decisiones.
- El entorno del Marketing.
- Problemas en la investigación.

TEMA 4. MARKETING MIX INTERNACIONAL

- Decisiones sobre el producto.
- Tipos y posicionamiento.
- Consideraciones sobre el diseño de producto.
- Legislación y reglamentos.
- Compatibilidad.
- Alternativas estratégicas para la expansión geográfica.
- Gestión de las marcas internacionales.
- Embalaje y etiquetado.
- Distribución y comunicaciones comerciales internacionales.
- Fijación de precios.
- Política de distribución comercial.
- Publicidad y promoción internacional.

INFORMACIÓN Y MATRÍCULAS:

ellearning@camaramadrid.es
91 538 3838 / 91 538 3500

Escuela de Negocios
C/ Pedro Salinas, 11
28043 Madrid

