

DESCRIPCIÓN

Objetivos del curso:

- Conocer el papel desempeñado por los equipos de la red de ventas en una empresa.
- Identificar la política de distribución internacional
- Saber tomar las decisiones oportunas sobre los productos
- Identificar los principales problemas en la investigación de marketing internacional
- Profundizar sobre el entorno legal mediante los sistemas legales.
- Conocer el entorno social y cultural y sus factores.
- Conocer qué información necesitamos para la toma de decisiones de marketing
- Conocer aquellas alternativas existentes para la expansión geográfica
- Seleccionar el mejor método para la publicidad y promoción internacional
- Analizar los planes de acción como elementos imprescindibles de una estrategia de marketing.

DIRIGIDO A

Este curso está dirigido a estudiantes y trabajadores que busquen profundizar sus conocimientos en el marketing internacional, así como seleccionar el mejor método para llevar a cabo la promoción internacional de productos.

REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

No se establecen requisitos previos de acceso.

Requisitos para la obtención del título:

- Completar el 100% de las autoevaluaciones
- Lectura/ Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Superar el examen final con una nota superior al 60% (3 intentos máximo)

Los alumnos que no superen el examen final, pero cumplan el resto de requisitos, podrán solicitar un certificado de Participación emitido por INTEDYA Internacional

FICHA DEL CURSO



Modalidad Elearning

Duración: 50 h / Duración Recomendada: 6 semanas



Titulación Otorgada

Marketing internacional y ventas



Título emitido por


International Dynamic Advisors



Material Entregado

El curso está compuesto por material interactivo, con:

- Videos explicativos de cada unidad didáctica
- Pruebas de evaluación
- Tutorización on line
- Examen Final

FICHA DEL CURSO



Modalidad Elearning

Duración: 50 h / Duración
Recomendada: 6 semanas



Titulación Otorgada

Marketing internacional y ventas



Material Entregado

El curso está compuesto por material interactivo, con:

- Videos explicativos de cada unidad didáctica
- Pruebas de evaluación
- Tutorización on line
- Examen Final



Título emitido por

 **Intedya**
International Dynamic Advisors

TEMARIO

UD1. Introducción al marketing internacional

1. Consideraciones sobre el marketing internacional
 - 1.1. El proceso de internacionalización
 - 1.2. Orientaciones de gestión
 - 1.3. Beneficios del marketing internacional
 - 1.4. Tendencias económicas mundiales

UD2. Teoría y en torno del comercio y el marketing internacional

- 2.1. Introducción
- 2.2. Teoría del comercio internacional
- 2.3. El entorno político
- 2.4. El entorno legal
- 2.5. El entorno social y cultural

UD3. Inteligencia del marketing internacional

- 3.1. Información para toma de decisiones de marketing
- 3.2. Problemas en la investigación de marketing internacional

UD4. Marketing mix internacional.

- 4.1. Decisiones sobre el producto
- 4.2. Alternativas estratégicas para la expansión geográfica
- 4.3. Gestión de las marcas internacionales
- 4.4. Embalaje y etiquetado
- 4.5. Distribución y comunicaciones comerciales internacionales
- 4.6. Decisiones sobre la fijación de precios
- 4.7. Política de distribución internacional
- 4.8. Publicidad y promoción internacional

UD5. Organización de ventas y plan de marketing

- 5.1. Red de ventas.
- 5.2. El director de ventas.
- 5.3. La planificación en el marketing.
- 5.4. Implantación y control del plan