

MAESTRÍA

MAESTRÍA INTERNACIONAL EN MARKETING INTERNACIONAL

LPSP006

- DIPLOMA ACREDITADO POR APOSTILLA DE LA HAYA -



ESCUELA DE POSTGRADO DE
PSICOLOGÍA Y PSIQUIATRÍA



DESTINATARIOS

Esta Titulación en **Marketing Internacional** está dirigida a empresarios, directivos, emprendedores, trabajadores, estudiantes y cualquier persona que pretenda adquirir los conocimientos necesarios en relación con este ámbito profesional.

Permite conocer la internacionalización de la empresa, la política de producto, la política de precio, la política de comunicación, la política de distribución, las herramientas informáticas para el cálculo de valores y tendencias de mercado, la planificación de marketing, el plan operativo y briefing de productos y/o marcas. Además, al final de cada unidad didáctica el alumno encontrará ejercicios de autoevaluación para poder evaluar el nivel y los conocimientos adquiridos en cada apartado, y que él mismo podrá corregir a través del solucionario adjunto.

El alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de clases en directo.

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA
300H



MODALIDAD
ONLINE

*La modalidad incluye módulos con clases en directo



CURSO INICIAL
ONLINE



TUTORIAS
PERSONALIZADAS



IDIOMA
CASTELLANO



DURACIÓN
HASTA UN AÑO
*Prorrogable



IMPORTE

VALOR ORIGINAL: 2976\$

VALOR ACTUAL: 744\$

*Importe expresado en Dólares Americanos

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica la “**MAESTRÍA INTERNACIONAL EN MARKETING INTERNACIONAL**”, de la ESCUELA DE POSTGRADO DE PSICOLOGÍA Y PSIQUIATRÍA, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

La Titulación dispone de la APOSTILLA DE LA HAYA (Certificación Oficial que da validez a la Titulación ante el Ministerio de Educación de más de 200 países de todo el mundo).

REDES SOCIALES

 www.facebook.com/eepsicologia.lat

 [@eepsicologia.lat](https://www.instagram.com/eepsicologia.lat)

 [@EPsicologia_lat](https://twitter.com/EPsicologia_lat)

 www.eepsicologia.lat

CONTENIDO FORMATIVO

MÓDULO 1. MARKETING-MIX INTERNACIONAL

UNIDAD FORMATIVA 1. POLÍTICAS DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

1. La decision de internacionalizacion de la empresa.
2. Etapas del proceso de internacionalizacion.
3. Las variables de marketing en la internacionalizacion de la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA DE PRODUCTO EN EL MARKETING INTERNACIONAL.

1. Atributos del producto.
2. El ciclo de vida del producto.
3. Estandarizacion/adaptacion 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.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE PRECIO EN EL MARKETING INTERNACIONAL.

1. Análisis de la variable «precio» como instrumento del marketing internacional.
2. Estandarización/adaptación de precios internacionales.
3. Factores que influyen en la determinacion de precios internacionales.
4. Analisis de rentabilidad.
5. Estrategias de precios.
6. Cotizacion de precios internacionales.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL.

1. La comunicación en el marketing: concepto y funciones.
2. La publicidad.
3. La promocion de ventas
4. Las relaciones publicas.
5. Otras herramientas de la politica de comunicacion:
6. Factores que influyen en las decisiones de politica internacional de comunicacion.
7. Las ferias internacionales y las misiones comerciales.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN EN EL MARKETING INTERNACIONAL.

1. Canales de distribución.
2. Aspectos a considerar en el diseno y seleccion de los canales de distribucion internacionales.
3. Determinacion de la localizacion y tipologia de los puntos de venta.
4. Las relaciones internas del canal.
5. Formulas de entrada en los mercados exteriores.
6. Aspectos a considerar en la adaptacion de la funcion de distribucion en diferentes entornos internacionales.

7. Internet como canal de distribución internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA EL CÁLCULO DE VALORES Y TENDENCIAS DE MERCADO.

1. Herramientas para el cálculo de valores estadísticos.
2. Herramientas para el análisis de tendencias y series de datos.
3. Hojas de cálculo.

UNIDAD FORMATIVA 2. PLAN E INFORMES DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL.

1. El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional.
2. Análisis de la situación.
3. Diagnóstico: análisis DAFO.
4. Establecimiento de los objetivos del marketing.
5. Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN OPERATIVO Y ACCIONES DE MARKETING INTERNACIONAL.

1. El plan de acción de marketing
2. Asignación presupuestaria de las acciones de marketing.
3. El control del plan de marketing.
4. Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BRIEFING DE PRODUCTOS Y/O MARCAS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

1. Concepto y funciones del briefing en el marketing.
2. Determinación de los objetivos del briefing.
3. La elección de la estructura del briefing.
4. Como realizar un briefing
5. La presentación del briefing.