

Políticas de Marketing Internacional

192 hrs. académicas



. Contenido

01

Objetivo

02

Plan de Estudio

03

Metodología de Enseñanza

01

. Objetivo

- Identificar las variables de marketing para la toma de decisiones en la internacionalización de la empresa.
- Analizar las características de los productos y/o servicios de la empresa y los competidores para proponer estrategias y acciones relacionadas con la política internacional de producto.
- Analizar las variables que influyen en el precio de los productos y/o servicios en los mercados internacionales.
- Identificar las variables que influyen en la política internacional de comunicación.
- Analizar la estructura de la distribución en los mercados internacionales

Atención Personalizada



Nuestro Centro de Atención y equipo de expertos en e-learning asesorarán y atenderán tus consultas, para el buen desarrollo del proceso académico.



Duración: 192 hrs. académicas

. Plan de Estudio

. Unidad I

Internacionalización de la empresa.

- 1.1. La decisión de internacionalización de la empresa.
- 1.2. Etapas del proceso de internacionalización.
- 1.3. Las variables de marketing en la internacionalización de la empresa.

. Unidad II

Política de producto en el marketing internacional.

- 2.1. Atributos del producto.
- 2.2. El ciclo de vida del producto.
- 2.3. Estandarización/adaptación de los productos en los mercados internacionales.
- 2.4. La cartera de productos internacional.
- 2.5. La marca.
- 2.6. La política de producto en los mercados online.

. Unidad III

Política de precio en el marketing internacional.

- 3.1. Análisis de la variable «precio» como instrumento del marketing internacional.
- 3.2. Estandarización/adaptación de precios internacionales.
- 3.3. Factores que influyen en la determinación de precios internacionales.
- 3.4. Análisis de rentabilidad.
- 3.5. Estrategias de precios.
- 3.6. Cotización de precios internacionales.

. Unidad IV

Política de comunicación de marketing internacional.

- 4.1. La comunicación en el marketing: concepto y funciones.
- 4.2. La publicidad.
- 4.3. La promoción de ventas.
- 4.4. Las relaciones públicas.
- 4.5. Otras herramientas de la política de comunicación.
- 4.6. Factores que influyen en las decisiones de política internacional de comunicación.
- 4.7. Las ferias internacionales y las misiones comerciales.

. Plan de Estudio

. Unidad V

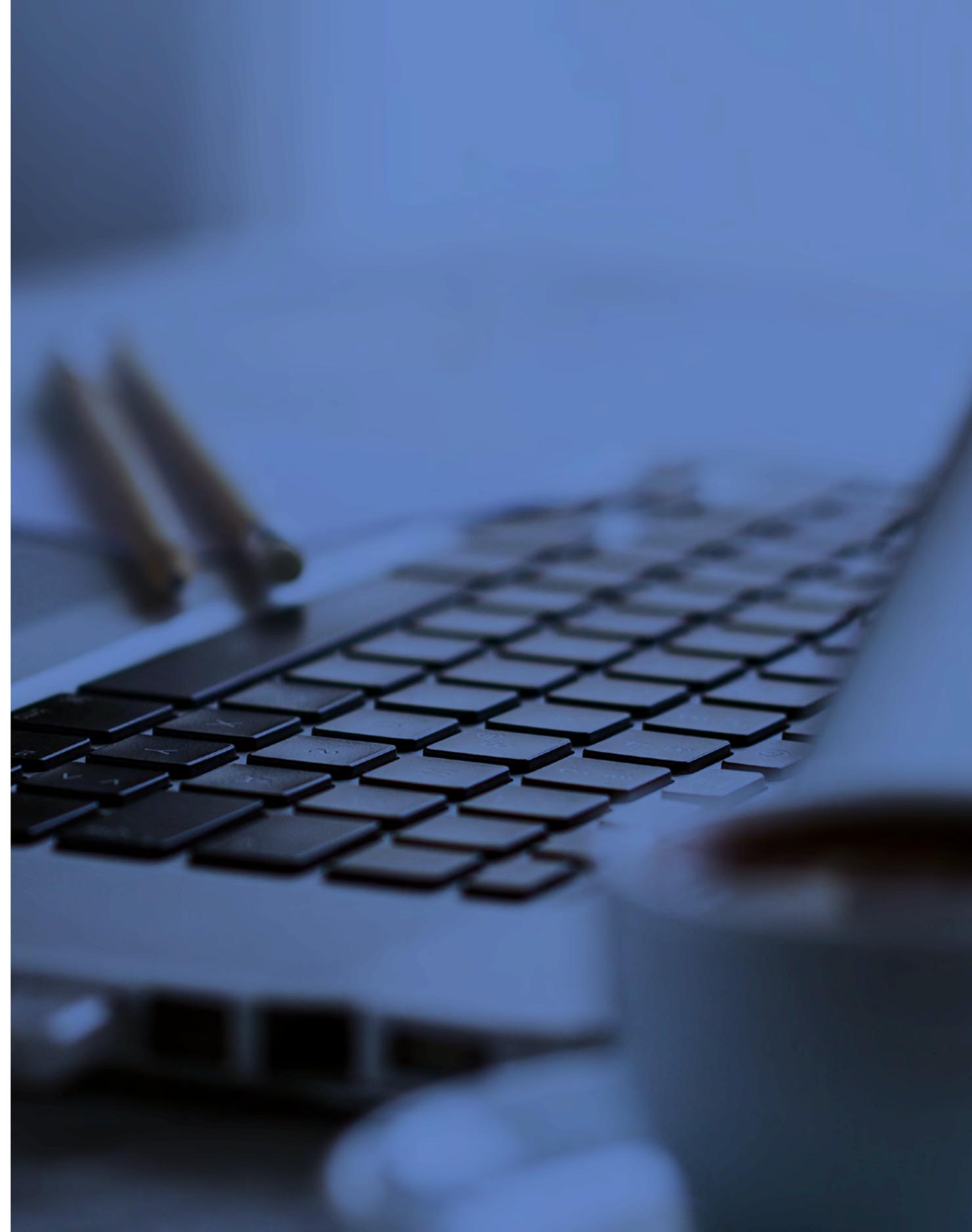
Política de distribución en el marketing internacional.

- 5.1. Canales de distribución.
- 5.2. Aspectos a considerar en el diseño y selección de los canales de distribución internacionales.
- 5.3. Determinación de la localización y tipología de los puntos de venta.
- 5.4. Las relaciones internas del canal.
- 5.5. Aspectos a considerar en la adaptación de la función de distribución en diferentes entornos internacionales.
- 5.6. Internet como canal de distribución internacional.

. Unidad VI

Herramientas informáticas para el cálculo de valores y tendencias de mercado.

- 6.1. Herramientas para el cálculo de valores estadísticos.
- 6.2. Herramientas para el análisis de tendencias y series de datos.
- 6.3. Hojas de cálculo.



. Plan de Estudio

. Unidad VII

El Evento como Proyecto: Organización.

- 7.1. La organización del evento: Definición de funciones y tareas.
- 7.2. Comités y secretarías: funciones y coordinación.
- 7.3. Gestión de colaboraciones y patrocinios.
- 7.4. Soportes y medios para ofrecer información del evento.
- 7.5. Difusión del evento y captación de participantes.
- 7.6. Estructura organizativa de un equipo de gestión de eventos.
- 7.7. Funciones y responsabilidades.
- 7.8. Procedimientos e instrucciones de trabajo.

. Unidad VIII

El Evento como Proyecto: Dirección y Control.

- 8.1. Control de inscripciones.
- 8.2. Control de cobros.
- 8.3. Confirmaciones de inscripción asignación de espacios en exposiciones y otras comunicaciones a inscritos.
- 8.4. Protección de datos personales.
- 8.5. Documentación del evento.
- 8.6. Procesos administrativos y contables.
- 8.7. Seguimiento del proyecto. Actuaciones ante desviaciones.
- 8.8. Coordinación.
- 8.9. Evaluación de servicios y suministros.
- 8.10. Formalización de contratos. Documentación.
- 8.11. Supervisión y control del desarrollo del evento.
- 8.12. Coordinación y recursos de comunicación puntualidad en los actos protocolo seguridad servicio técnico reclamaciones quejas conflictos y otras situaciones emergentes.
- 8.13. Documentos de control del evento.
- 8.14. El informe final del evento.
- 8.15. Balances económicos.

. Metodología de Enseñanza

. Virtual o E-learning

Brinda la libertad de estudiar de acuerdo a su disponibilidad horaria, rompiendo barreras de tiempo y distancia, monitoreados por un tutor virtual.

. Aula Virtual

Entorno que facilita la interacción entre los participantes y el especialista, permitiendo la enseñanza-aprendizaje, comunicación, interacción y evaluación del alumno.

El estudiante tiene la capacidad de decidir el itinerario formativo más acorde con sus intereses y podrá acceder al contenido de la plataforma virtual las 24 horas:

03

www.cadperu.com

- **Video:** Medio audiovisual que contempla el desarrollo panorámico del tema, con ejemplos que ayuden a entender lo sustancial de cada unidad.
- **Guía de Estudio:** Material que permite al participante fundamentar los contenidos de cada unidad, desarrollar las capacidades, habilidades y destrezas que propone el programa, y solucionar las actividades propuestas.
- **Recursos Complementarios:** Lecturas seleccionadas y/o material audiovisual, a fin de profundizar la comprensión y/o análisis del tema, facilitando la apropiación del contenido y los referentes bibliográficos que complementan la capacitación y enriquecen el conocimiento.
- **Foro:** Entorno de conversación que permite el intercambio de conocimientos y opiniones con la comunidad de estudiantes, desarrollando el pensamiento crítico por medio del diálogo argumentativo y pragmático.
- **Evaluación:** Test que desarrolla el participante al finalizar el curso, permitiéndole evaluar su proceso de aprendizaje.





22 años

Comprometidos con el
Desarrollo Profesional

www.cadperu.com