

ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN EN LA EMPRESA



Área: Gestión y Administración - Plataforma

Modalidad: Teleformación

Duración: 10 h

Precio: 75.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Comprender el Marketing Internacional: Proporcionar una comprensión profunda de los conceptos básicos del marketing internacional, incluyendo las diferencias clave con el marketing local y los beneficios de la internacionalización. • Analizar la Investigación de Mercados Internacionales: Familiarizar a los participantes con los métodos de investigación de mercados internacionales y capacitarlos en la evaluación de oportunidades y riesgos utilizando herramientas como el análisis PESTEL, SWOT y análisis de escenarios. • Desarrollar Estrategias de Entrada a Mercados Internacionales: Capacitar a los asistentes en la identificación, evaluación y selección de mercados objetivo, así como en la planificación y ejecución de estrategias de entrada adaptadas a diferentes contextos legales y culturales. • Dominar la Mezcla de Marketing Internacional: Enseñar estrategias efectivas para la adaptación de productos, fijación de precios, gestión de canales de distribución globales y promoción internacional. • Gestionar la Marca a Nivel Internacional: Proporcionar habilidades para la construcción de una marca global, la adaptación de la marca a diversos mercados y la gestión de la reputación y crisis a nivel internacional mediante el análisis de casos de éxito y fracaso. • Abordar Aspectos Culturales y Éticos: Sensibilizar sobre la importancia de la cultura en el marketing internacional, capacitar en la adaptación de campañas a diferentes contextos culturales, promover la responsabilidad social y ética, y gestionar la diversidad e inclusión en procesos de internacionalización. • Explorar Tendencias y el Futuro del Marketing Internacional: Analizar las nuevas tendencias, el impacto de la tecnología y la digitalización, la sostenibilidad y el marketing verde a nivel global, y preparar a los participantes para enfrentar los desafíos futuros del marketing internacional.

CONTENIDOS

1 Introducción al Marketing Internacional 1.1 Marketing Internacional 1.2 Antecedentes históricos - La internacionalización en los siglos XIX y XX 1.3 Importancia y Beneficios de la Internacionalización 1.4 Motivos para internacionalizarse 1.5 Cuestionario: Introducción al Marketing Internacional 2 Investigación de Mercados Internacionales 2.1 Métodos de investigación de mercados internacionales 2.2 Evaluación de oportunidades y riesgos en el mercado internacional 2.3 Herramientas para la recolección de datos en mercados internacionales 2.4 Cuestionario: Investigación de Mercados Internacionales 3 Estrategias de Entrada a Mercados Internacionales 3.1 Modalidades de entrada 3.2 Evaluación y selección de mercados objetivo 3.3 Planificación y ejecución de estrategias de entrada 3.4 Consideraciones legales y culturales 3.5 Cuestionario: Estrategias de Entrada a Mercados Internacionales 4 Desarrollo de la Mezcla de Marketing Internacional 4.1 Producto - Adaptación vs Estandarización 4.2 Precio - Estrategias de Fijación de Precios en Mercados Internacionales 4.3 Plaza - Canales de Distribución Globales 4.4 Promoción - Estrategias de Comunicación y Promoción Internacional 4.5 Cuestionario: Desarrollo de la Mezcla de Marketing Internacional 5 Gestión de la Marca a Nivel Internacional 5.1 Construcción de una Marca Global 5.2 Adaptación de la Marca a Diferentes Mercados 5.3 Gestión de la Reputación y Crisis a Nivel Internacional 5.4 Casos de éxito y Fracaso en la Gestión de Marcas Internacionales 5.5 Cuestionario: Gestión de la Marca a Nivel Internacional 6 Aspectos Culturales y éticos en el Marketing Internacional 6.1 Importancia de la Cultura en el Marketing Internacional 6.2 Adaptación de Campañas a Diferentes Contextos Culturales 6.3 Responsabilidad Social y ética en el Marketing Internacional 6.4 Gestión de la Diversidad y la Inclusión en la Internacionalización 6.5 Cuestionario: Aspectos Culturales y Éticos en el Marketing Internacional 7 Tendencias y Futuro del Marketing Internacional 7.1 Nuevas Tendencias en el Marketing Internacional 7.2 Impacto de la Tecnología y la Digitalización 7.3 Sostenibilidad y Marketing Verde a Nivel Global 7.4 Preparación para el Futuro del Marketing Internacional 7.5 Cuestionario: Tendencias y Futuro del Marketing Internacional 7.6 Cuestionario: Cuestionario final

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.