

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

1. Conocer el proceso de globalización, las fuerzas impulsoras, ventajas y riesgos, niveles de globalización, corporaciones económicas internacionales, para un mayor conocimiento de la economía global. 2. Conocer las bases generales del marketing doméstico y el marketing internacional, así como los distintos ambientes, para el análisis óptimo del entorno. 3. Conocer las teorías del comercio internacional, los modelos y la hipótesis del ciclo de vida de un producto, los instrumentos de política comercial y políticas comerciales, para obtener unos mejores beneficios del comercio internacional. 4. Conocer la internalización de la empresa, la investigación, selección, tamaño y potencial de mercados, para buena internalización de la empresa. 5. Conocer qué es la exportación directa e indirecta y conocer otras formas de entrada en los mercados internacionales, para determinar la mejor forma de entrada en los mercados internacionales. 6. Conocer las orientaciones estratégicas de empresas internacionales y políticas de distribución internacional, de comunicación y promoción, para determinar las orientaciones estratégicas de las empresas internacionales. 7. Conocer internet y la investigación internacional de mercado, el comercio electrónico y su marco legal en internet, para un mejor uso de las nuevas tecnologías en el marketing internacional.

CONTENIDOS

Unidad 1. Globalización
Unidad 2. Análisis del entorno
Unidad 3. Beneficios del Comercio
Unidad 4. La internalización
Unidad 5. Entradas en comercio exterior
Unidad 6. Orientaciones estratégicas
Unidad 7. Internet

