

TITULO: MARKETING INTERNACIONAL

OBJETIVOS:

- ☒ Explicar los conceptos básicos del Marketing como filosofía que contribuye a perfeccionar la orientación al mercado de las empresas.
- ☒ Conceptualizar el Marketing Internacional como herramienta de trabajo y su importancia para las empresas exportadoras.
- ☒ Brindar un conjunto de definiciones teóricas que ayuden a establecer parámetros para la exportación.
- ☒ Explicar el proceso de investigación de mercado como fuente de información básica para la realización del comercio exterior.
- ☒ Definir los elementos importantes de la mezcla de Marketing Internacional para la empresa exportadora.
- ☒ Valorar las particularidades de la exportación de servicios y su Marketing Mix.

CONTENIDO:

Comprende los temas siguientes:

- ☒ Conceptos fundamentales del marketing y su aplicación y especificidades en operaciones comerciales internacionales, sus enfoques actuales y la importancia de la investigación de mercado como herramienta para la adecuada selección, segmentación y posicionamiento en el mercado interno y externo.
- ☒ Aporta elementos de suma importancia en cuanto a la mezcla de marketing internacional: producto, precio, distribución y promoción, y la adición de las variables de personal, evidencia física y procesos para los servicios.
- ☒ Se concluye con la explicación de la estructura de un plan de marketing como documento que consolida todo el análisis de mercadotecnia realizado y estudiado durante el curso.

DIRIGIDO A: Cuadros, funcionarios, especialistas y técnicos de Comercialización, Venta y Marketing del Organismo MINCEX, su OSDE GECOMEX y de la Rama del Comercio Exterior.

REQUISITOS: Graduado Universitario. Posgrado. Ser aprobado por el Comité Académico creado a los efectos de conformar la matrícula del curso.

DURACIÓN: 144 horas: 36 horas lectivas, 108 de trabajo independiente(3 créditos).

HORARIO: 04:30 pm a 07:30 pm lunes, miércoles y jueves.

FECHA DE INICIO: 26 de febrero del 2018

FECHA DETERMINACIÓN:15 de marzo del 2018