



**EDUCA
BUSINESS
SCHOOL**



FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Curso de Marketing Internacional y Ventas



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL** que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Curso de Marketing Internacional y Ventas



DURACIÓN:

150 horas



MODALIDAD:

Online



PRECIO:

199 €

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



Titulación

Titulación Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).





Educa Business School

como Escuela de Negocios de Formación de Postgrado
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de 425 horas, perteneciente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXXXXXXXX

Con una calificación de **NOTABLE**

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 11 de Noviembre de 2019

La Dirección General
JESÚS MORENO HIDALGO

Sello

Firma del Alumno/a
NOMBRE DEL ALUMNO

RESPONSABILIDAD
SOCIAL
CORPORATIVA



El presente Título es parte del Sistema Formativo de la Acción Formativa de 425 horas de postgrado de la especialidad de Marketing, perteneciente al Plan de Formación de Postgrado de la Universidad de Granada, y se expide en virtud de la acreditación de los contenidos profesionales adquiridos a través de la experiencia laboral y de la formación en aula.
Este Título es válido en el ámbito de competencias laborales de Responsabilidad Social Corporativa, emitido en el marco del Plan de Formación de Postgrado de la Universidad de Granada, y se expide en virtud de la acreditación de los contenidos profesionales adquiridos a través de la experiencia laboral y de la formación en aula.
Este Título es válido en el ámbito de competencias laborales de Responsabilidad Social Corporativa, emitido en el marco del Plan de Formación de Postgrado de la Universidad de Granada, y se expide en virtud de la acreditación de los contenidos profesionales adquiridos a través de la experiencia laboral y de la formación en aula.

Descripción

Este Curso de Marketing Internacional y Ventas le ofrece una formación especializada en la materia. Debemos saber que para el área Marketing y Comunicación es muy importante profundizar y adquirir los conocimientos de Marketing Internacional y Ventas dentro del sector marketing y relaciones públicas, .

Objetivos



Curso de Marketing Internacional y Ventas [Ver Curso](#)

- Profundizar sobre las diversas consideraciones sobre el marketing internacional a través del proceso de internacionalización, la orientación de gestión, beneficios del marketing internacional y las tendencias económicas mundiales.
- Conocer el entorno económico por medio de los sistemas económicos, etapas de desarrollo económico, patrones de comercio y las organizaciones mundiales.
- Conocer la teoría del comercio internacional.
- Profundizar sobre el entorno político y sus riesgos e indicadores de inestabilidad política.
- Profundizar sobre el entorno legal mediante los sistemas legales.
- Conocer el entorno social y cultural y sus factores.
- Identificar los principales problemas en la investigación de marketing internacional.
- Conocer qué información necesitamos para la toma de decisiones de marketing.
- Saber tomar las decisiones oportunas sobre los productos.
- Conocer aquellas alternativas existentes para la expansión geográfica.
- Identificar la política de distribución internacional.
- Seleccionar el mejor método para la publicidad y promoción internacional.
- Conocer el papel desempeñado por los equipos de la red de ventas en una empresa.
- Analizar los planes de acción como elementos imprescindibles de una estrategia de marketing.

A quién va dirigido

Este CURSO ONLINE de Marketing Internacional y Ventas está dirigido a todas aquellas personas interesadas en el ámbito de Marketing y Comunicación y más concretamente en el sector marketing y relaciones públicas y quieran especializarse.

Para qué te prepara

Este CURSO ONLINE de Marketing Internacional y Ventas le prepara para adquirir unos conocimientos específicos dentro del área de Marketing y Comunicación desarrollando en el alumnado unas capacidades para desenvolverse profesionalmente en el sector de marketing y relaciones públicas y más concretamente en Marketing Internacional y Ventas . Además con la realización de este curso el alumno estará preparado para: Profundizar sobre las diversas consideraciones sobre el marketing internacional a través del proceso de internacionalización, la orientación de gestión, beneficios del marketing internacional y las tendencias económicas mundiales; Conocer el entorno económico por medio de los sistemas económicos, etapas de desarrollo económico, patrones de comercio y las organizaciones mundiales; Conocer la teoría del comercio internacional; Profundizar sobre el entorno político y sus riesgos e indicadores de inestabilidad política; Profundizar sobre el entorno legal mediante los sistemas legales; Conocer el entorno social y cultural y sus factores; Identificar los principales problemas en la investigación de marketing internacional; Conocer qué información necesitamos para la toma de decisiones de marketing; Saber tomar las decisiones oportunas sobre los productos; Conocer aquellas alternativas existentes para la expansión geográfica; Identificar la política de distribución internacional; Seleccionar el mejor método para la publicidad y promoción internacional; Conocer el papel desempeñado por los equipos de la red de ventas en una empresa; y Analizar los planes de acción como elementos imprescindibles de una estrategia de marketing.

Salidas Laborales

Marketing y Relaciones Públicas

Materiales Didácticos



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Marketing Internacional y Ventas'
- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Marketing Internacional y Ventas'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

Formas de Pago

- Contrareembolso
- Tarjeta

- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



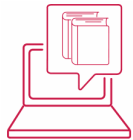
Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING PARA COMERCIO INTERNACIONAL

1. Definición de Marketing
2. Tipología de marketing según el ámbito de aplicación
3. Función del marketing estratégico
4. Función del marketing operativo
5. Las 4 Ps del marketing-mix

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIA DE MARKETING INTERNACIONAL

1. Los niveles que componen la multinacional
2. Investigación y selección de mercados internacionales
 - 1.- Necesidad de investigación
 - 2.- Selección de mercados
3. El factor riesgo en inversiones en el extranjero
 - 1.- Recursos y capacidades de la propia empresa
 - 2.- Competencia
 - 3.- Precios y márgenes
 - 4.- Potencial del mercado
4. Operaciones de marketing en mercados segmentados
 - 1.- Características del segmento atractivo
 - 2.- Tipos de variables para segmentar
5. Estudio del entorno como factor clave en mercados internacionales
 - 1.- Entorno económico
 - 2.- Entorno cultural
 - 3.- Entorno político
 - 4.- Entorno legal

6. Fundamentos clave para la eficiencia en la empresa
 - 1.- Factores organizativos
7. Toma de decisiones en el marketing internacional
 - 1.- Decisión a tomar
8. Elaboración del plan de marketing para entornos internacionales
9. Estrategia internacional en los planes de marketing
 - 1.- Estrategia de estandarización y estrategia de adaptación
 - 2.- Factores que favorecen la estandarización
 - 3.- Factores que favorecen la adaptación
 - 4.- Estrategias competitivas
 - 5.- Estrategias de crecimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING MIX PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. El producto orientado al mercado internacional
 - 1.- El envase
 - 2.- La etiqueta
 - 3.- La marca
 - 4.- La garantía y el servicio postventa
 - 5.- Planificación y desarrollo de productos
2. La distribución orientada al mercado internacional
 - 1.- Producción como forma de entrada
 - 2.- Formas de comercialización
 - 3.- La franquicia
 - 4.- Selección de forma de entrada
3. La comunicación orientada al mercado internacional
 - 1.- Barreras en la comunicación internacional
 - 2.- Ferias y exposiciones
4. El precio orientado al mercado internacional
 - 1.- La determinación de los precios
 - 2.- Variables en el mercado exterior

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO EN LA INTERNACIONALIZACIÓN

1. Tendencias globales
2. El atractivo de mercado Los grupos estratégicos
3. La caracterización de la empresa propia
4. Las capacidades dinámicas
5. El liderazgo y otras opciones
6. Definición de la estrategia

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

1. El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional
 - 1.- Concepto

- 2.- Características que debe cumplir un plan de marketing
 - 3.- Contenidos y esquema
 - 4.- Utilidades
 - 5.- Aspectos a considerar en la elaboración de planes de marketing online
2. Análisis de la situación
- 1.- Análisis externo
 - 2.- Análisis interno
3. Establecimiento de los objetivos del marketing
- 1.- Principios generales para el establecimiento de objetivos
 - 2.- Factores a tener en cuenta en la determinación de los objetivos del marketing
 - 3.- Clases de objetivos
 - 4.- Redacción de objetivos
 - 5.- Formulación de objetivos relacionados con los mercados internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PLAN OPERATIVO Y ACCIONES DE MARKETING INTERNACIONAL

1. El plan de acción de marketing
- 1.- Objetivos y alcance de los planes de acción
 - 2.- Estructura y organización del plan de acción
 - 3.- Pautas para la elaboración de un plan de acción
2. Asignación presupuestaria de las acciones de marketing
3. El control del plan de marketing
- 1.- Control de la realización de los objetivos
 - 2.- Medida del desempeño
 - 3.- Análisis de las desviaciones
 - 4.- Establecimiento de medidas correctoras
4. Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 7. 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. Cómo realizar un briefing
- 1.- Análisis del plan de marketing: detección y extracción de la información necesaria
 - 2.- Información que no debe ser introducida en un briefing
 - 3.- Procedimiento para la redacción y estructuración del briefing
 - 4.- Adecuación de los contenidos a los destinatarios de la información

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LAS TRES PERSPECTIVAS COMPETITIVAS

1. Mercado y competencia
2. Capacidades y competencias
3. Value Innovation

UNIDAD DIDÁCTICA 9. APLICACIONES PRÁCTICAS DE MARKETING

- 1.Elementos de Marketing Mix
- 2.La política del producto
- 3.La política del precio
- 4.La política de promoción
- 5.La política de distribución

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA ESTRATEGIA EN LA PRÁCTICA

- 1.El portafolio de iniciativas
- 2.Canales de venta
- 3.Los modelos organizativos
- 4.El reto logístico
- 5.Casos de éxitos y fracasos del marketing internacional