

| | |
|-------------------|---------------------|
| ACCIÓN FORMATIVA: | MARKETING ECOLÓGICO |
| CATEGORÍA: | MARKETING |
| MODALIDAD | TELEFORMACIÓN |
| DURACIÓN: | 70 HORAS |

DESCRIPCIÓN

El curso dotará a los alumnos de las herramientas para diferenciar la gestión empresarial internacional con un enfoque de marketing, de aquella que carece de una orientación total al cliente.

OBJETIVOS

- Saber buscar información sobre los mercados exteriores y como utilizarla
- Conocer el marketing mix en el entorno internacional

CONTENIDO DEL CURSO

1. INTRODUCCIÓN
2. EL COMERCIO INTERNACIONAL
3. EL ENTORNO INTERNACIONAL
4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES
5. ENTRADA EN MERCADOS INTERNACIONALES
6. SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO EN MERCADOS INTERNACIONALES
7. MARKETING MIX INTERNACIONAL
8. MEDIDAS DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA