Código: 07759

Unidad Formativa:
UF1782 - Políticas de marketing internacional

Módulo: MF1008_3 - MARKETING-MIX INTERNACIONAL

Certificado de Profesionalidad:
COMM0110 - MARKETING Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Modalidad: ONLINE

Duración: 90h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología Online. Este sistema de enseñanza e-learning está organizado de tal forma, que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. Esta modalidad también permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose.
El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado, se exigirá un mínimo de 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación para cursos online. También podrá acceder a la *Guía didáctica del alumno* dónde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será puesta a disposición del alumno en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo.
En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:

Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y**30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

Tel.: 91 1097505
www.aulaforma.es

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno

Requistos previos

Estar en posesión de uno de los siguientes títulos:
Título de Bachillerato.
Certificado de profesionalidad del mismo nivel.
Prueba de Acceso a Ciclo Formativo de Grado Superior.
Certificado de profesionalidad de nivel 2 de la misma familia profesional.
Prueba de Acceso a la Universidad (PAU) para mayores de 25 y/o 45 años.

Salidas profesionales

Un certificado de profesionalidad, es un documento que acredita a un trabajador/a en una cualificación profesional del *Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales*. Son emitidos por el Servicio Público de Empleo Estatal o, en su caso, por las Comunidades Autónomas, y tienen validez en todo el territorio nacional.

Poseer un certificado de profesionalidad, supone sin lugar a dudas incrementar sustancialmente tu currículum profesional, ya que al ser un documento oficial, se valora en cualquier proceso de selección que convoquen las Administraciones Públicas, y te acredita profesionalmente ante la empresa privada.

Nosotros te formaremos para que puedas optar a conseguir el certificado de profesionalidad elegido, participando en las pruebas que convoque la Administración al amparo del R.D. 1224/2009 de 17 de julio y pudiendo además, convalidar módulos formativos para la obtención de un título de Formación Profesional.

Objetivos

- Identificar las variables de marketing para la toma de decisiones en la internacionalización de la empresa.
- Analizar las características de los productos y/o servicios de la empresa y de los competidores para proponer estrategias y acciones relacionadas con la política internacional del producto.
- Analizar las variables que influyen en el precio de los productos y/o servicios en los mercados internacionales, con el objeto de diseñar la política internacional de precios adecuada a las estrategias y objetivos de la empresa.
- Identificar las variables que influyen en la política internacional de comunicación, con el

fin de diseñar y ejecutar las acciones necesarias para la consecución de los objetivos y el desarrollo de las estrategias de la organización.
- Analizar la estructura de la distribución en los mercados internacionales, para seleccionar las formas de acceso y los canales de distribución más adecuados a las políticas y estrategias de la empresa.

Contenidos

Internacionalización de la empresa
La decisión de la internacionalización de la empresa.
Etapas del proceso de internacionalización.
Las variables de marketing en la internacionalización de la empresa.

Política de producto en el marketing internacional
Atributos del producto.
El ciclo de vida del producto.
Estandarización / adaptación de los productos en los mercados internacionales.
La cartera de productos internacional.
La marca.
La política de productos en los mercados on line.

Política de precios en el marketing internacional
Análisis de la variable precio como instrumento del marketing internacional.
Estandarización / adaptación de precios internacionales.
Factores que influyen en la determinación de precios internacionales.
Análisis de rentabilidad.
Estrategias de precios.
Cotización de precios internacionales.
Aspectos particulares de la determinación de precios y costes en los mercados internacionales.

Política de comunicación de marketing internacional
La comunicación en el marketing: conceptos y funciones.
La publicidad.
La promoción de ventas.
Las relaciones públicas.
Otras herramientas de la política de comunicación.
Factores que influyen en las decisiones de política internacional de comunicación.
Las ferias internacionales y las misiones comerciales.

Política de distribución en el marketing internacional
Canales de distribución.
Aspectos a considerar en el diseño y selección de los canales de distribución internacionales.
Determinación de la localización y tipología de los puntos de venta.
Las relaciones internas del canal.
Fórmulas de entrada en los mercados exteriores.
Aspectos a considerar en la adaptación de la función de distribución en diferentes entornos internacionales.

Internet como canal de distribución internacional.

Herramientas informáticas para el cálculo de valores y tendencias de mercado
Herramientas para el cálculo de valores estadísticos.
Herramientas para el análisis de tendencias y serie de datos.
Hojas de cálculo.