

Técnico Marketing Internacional

Técnicos en Comercio Exterior



ESNI
Business School

*Formando a Especialistas y Técnicos
en Comercio Exterior y Marketing Internacional*

www.esni.es

www.cursos-comercioexterior.com

Técnico Marketing Internacional

Técnicos en Comercio Exterior

Los programas Técnicos en Comercio Exterior y Marketing Internacional están diseñados para la adquisición de conocimientos específicos de las técnicas de comercio exterior y el marketing internacional, capacitando a los alumnos para desarrollar con éxito la gestión y operativa de las exportaciones e importaciones (en empresas exportadoras e importadoras; empresas auxiliares; agentes de aduanas, transitarios, transportistas internacionales; entidades financieras; consultoras...) y dar soporte en los procesos de internacionalización de las empresas a través del marketing internacional.

¿Por qué un curso de técnico en marketing internacional?

El desarrollo del marketing internacional ha ido en paralelo al del comercio internacional y al de la internacionalización de la empresa, precisando de una orientación estratégica por parte de ésta que permita el desempeño de la función comercial internacional mediante el plan de marketing internacional. Es el proceso de internacionalización de la empresa el que da sentido al marketing internacional. Este proceso es evolutivo, basado en todo momento en la experiencia internacional de las organizaciones. Cuanta más experiencia, más autónomo será el marketing internacional que se aplique.

Beneficios para el participante

1. Analizar que perfil de empresas pueden exportar, los recursos necesarios para la exportación así como analizar el inicio de una actividad exportadora. Análisis DAFO.
2. Entender las implicaciones de la frase "Pensar globalmente, actuar localmente" en nuestras estrategias de internacionalización y la importancia del marketing mix internacional.
3. Configuración de la red comercial exterior
4. La correcta definición del marketing mix internacional (Producto, Precio, Promoción y Distribución) será fundamental para acceder correctamente a cada uno de los posibles mercados que hayamos fijado como objetivos.
5. Diseñar un plan de marketing internacional será también uno de los pilares de nuestra actividad exportadora.

Objetivos del curso

Formar a Técnicos en Comercio Exterior y Marketing Internacional:

1. Formar expertos en marketing internacional.
2. Consolidar los conocimientos de los participantes ordenándolas de acuerdo a una visión lógica del proceso de internacionalización.
3. El marketing internacional se basa en tres objetivos básicos muy particulares, sólo realizables en un contexto internacional:
 - Selección de uno o varios productos con los que penetrar en un mercado exterior.
 - Selección de uno o varios mercados en los que expandirse.
 - Selección de la forma de entrada idónea en cada uno de esos mercados.Estas serán las señas de identidad de un marketing internacional que, por otro lado, aplicará la misma tipología de herramientas de marketing mix de las que se dispone en los mercados locales.
4. Revisar y discutir el reto de afrontar comercialmente nuevos mercados que se desarrollan en escenarios distintos, y con factores desconocidos para el exportador, que deberá mostrar fuertes dosis de adaptabilidad, fortaleza comercial, y capacidad estratégica. Pero que con las herramientas adecuadas y los conocimientos necesarios podrá afrontar comercialmente los mercados internacionales.
5. Describir las adaptaciones del marketing en un mercado globalizado. Estos escenarios son los que deben afrontar hoy las empresas: competencia y consumidor global, divisas globales, repercusiones locales por acciones internacionales...
6. Aprender cómo desempeñar, de la mejor manera posible, la función comercial de una empresa exportadora que se desenvuelva en tales panoramas.

Metodología

- Enfoque eminentemente práctico
- Participación activa de los alumnos en clase
- Utilización del método del caso
- Trabajos en equipo
- Apoyo del Campus ESNI

Campus Virtual

Los programas presenciales utilizan el campus virtual, el Aula Global, como espacio de continuidad entre las sesiones presenciales. El campus, como entorno virtual de aprendizaje, ofrece múltiples recursos para facilitar la comunicación, el acceso a la información y la entrega de actividades.

El Aula Global del programa será el espacio donde los participantes encontrarán la documentación de las asignaturas, donde podrán consultar las actividades a realizar y hacer la entrega online, consultar las calificaciones y acceder a los calendarios del programa. Asimismo, el Aula Global permite acceder a diferentes espacios de comunicación.

El Aula Global será el espacio donde acceder a toda la información relevante para el seguimiento del programa.

Dirigido a

Licenciados, diplomados y profesionales que deseen adquirir una formación: general, amplia y práctica en marketing internacional.

Personas vinculadas al departamento de comercio exterior de la empresa que deseen obtener una visión global de la internacionalización, en la apertura y consolidación de mercados exteriores.

En todos los casos se deberá acreditar una experiencia profesional mínima de un año en comercio exterior o haber realizado el curso de Gestión Administrativa de Exportación (GAEX) o similar.

Programa

1. Introducción al comercio internacional

1. Introducción al comercio internacional.
2. La actividad comercial.
3. Concepto de marketing.
4. La internacionalización de la empresa.
4. Conjuntos geopolíticos.
5. Globalización.

2. Entidades y medidas de apoyo a la internacionalización de la empresa

1. Introducción. Instrumentos de promoción comercial: ICEX. Plan cameral.
2. La promoción comercial en las comunidades autónomas.
3. Otras entidades que promocionan la exportación.

3. Marketing internacional: Conceptos básicos

1. Definición de marketing internacional.
2. Nivel de madurez de una empresa exportadora.
3. Motivaciones para acudir a mercados exteriores.
4. Marketing doméstico versus marketing internacional.
5. Organización y funciones del departamento marketing internacional.
6. Estrategia global y estrategia multidoméstica: estandarización versus adaptación.
7. El plan de marketing internacional.

4. La expansión internacional de la empresa.

1. Ventajas de la internacionalización.
2. Etapas del proceso de expansión: Exportaciones pasivas. Inicio de las exportaciones activas. Consolidación de las exportaciones. Establecimiento de subsidiarias comerciales. Establecimiento de subsidiarias de producción.
3. La empresa multinacional.

Técnico Marketing Internacional

Técnicos en Comercio Exterior

5. Análisis de los entornos internacional y propio

1. Entorno económico.
2. Entorno cultural.
3. Entorno legal.
4. Entorno político.
5. Competencia internacional.
6. Entorno propio.

6. Formas de entrada en mercados exteriores

1. La exportación: Indirecta. Directa: venta directa; agentes y distribuidores; subsidiaria comercial.
2. La exportación concertada: piggyback; consorcios de exportación; Joint-ventures internacionales; agrupaciones europeas de interés económico; franquicias internacionales.
3. Fabricación en mercados exteriores: contrato de fabricación; licencia de fabricación; establecimiento de un centro de producción.

7. Selección de formas de entrada en mercados exteriores

1. Variables internas.
2. Variables externas.

8. Investigación de mercados exteriores

1. Objetivos.
2. Elementos de la investigación.
3. Análisis y característica de la información.
4. Etapas de la investigación.

9. Selección de mercados exteriores

1. En base al tamaño del mercado.
2. Según la fase de crecimiento del mercado.
3. Según el precio de entrada.
4. Por ventaja competitiva.

10. La red de ventas internacional

1. El distribuidor internacional.
2. El Agente comercial.
3. Cláusulas más importantes de los contratos de distribución y agencia internacional.

11. Tecnologías de la información

1. Internet y la empresa exportadora.
2. Sistemas de búsqueda de información.
3. Internet como herramienta de promoción comercial.
4. Comercio electrónico.

12. Introducción al Marketing Mix Internacional

1. Marketing Mix Internacional: el producto.
2. Marketing Mix Internacional: el precio.
3. Marketing Mix Internacional: la distribución.
4. Marketing Mix Internacional: la promoción.

13. Prospección de mercados internacionales

1. Ferias internacionales: pre-feria; feria; posferia.
2. Misiones Comerciales: búsqueda y selección de agentes comerciales, distribuidores, clientes finales... Preparación de la agenda comercial. Preparación del viaje.

14. Proyecto final curso

Los alumnos deberán realizar un trabajo relacionado con la selección de un mercado exterior en relación a un producto y empresa que será presentado al final del curso ante un jurado.

Técnico Marketing Internacional

Técnicos en Comercio Exterior

Título

Los participantes que hayan superado el programa según los requisitos académicos establecidos (80% de asistencia, controles parciales por materia, examen final y evaluación del proyecto final), obtendrán el Diploma de **Técnico Marketing Internacional** otorgado por ESNI Business School.

Menciones especiales

ESNI Business School premia el esfuerzo de sus alumnos con dos Menciones Especiales:

- La otorgada al alumno mejor valorado cualitativa y cuantitativamente por el Claustro de Profesores y la Dirección del curso de ESNI.
- Por otro lado, ESNI Business School también otorga una Mención Especial al Mejor Proyecto Fin de Curso. Para ello, se valora la originalidad del trabajo, la dedicación, la presentación y por supuesto la posible aplicación en la vida real del Proyecto Fin de Curso.

Proceso de admisión

El alumno deberá remitir la documentación solicitada por correo electrónico a admisiones@esni.es

La Comisión de Admisión toma la decisión final en el plazo aproximado de siete días, desde el momento en que la solicitud está completa.

Cuando la Comisión de Admisión admite a un candidato, éste recibe una credencial de admisión acompañada de las instrucciones con los trámites a realizar para formalizar la matrícula.

Dicha reserva deberá realizarse durante los 15 días siguientes a la recepción de la credencial de admisión o en la fecha indicada en la misma. En caso de no efectuar dicha reserva en el plazo previsto, ESNI Business School se reserva el derecho de adjudicar dicha plaza a otros candidatos sucesivos. El abono de la reserva fuera de plazo sólo se admite en el caso de que los estudios solicitados dispongan de plazas vacantes.

- Hoja de solicitud de admisión
- Carta de presentación de motivos por los cuales se quiere realizar el programa.
- Currículum Vitae
- Fotocopia títulos y diplomas
- 2 fotografías tamaño carnet
- Fotocopia DNI o pasaporte

Director del curso

D. Francesc Sola. Responsable contenidos del área de marketing y comercialización internacional de ESNI Business School.

Consultor y Formador en Comercio Exterior. 15 años de experiencia.

Licenciado en Derecho por la UNED

Postgrado en Comercio Exterior por ESNI Business School

fsola@esni.es

Tutoría

Desde el inicio del curso el alumno podrá acceder al servicio de tutorías para consultar y organizar el estudio bajo el asesoramiento de profesionales de la materia.

Los objetivos de los tutores son:

Motivar y promover el interés de los alumnos en el estudio del curso

Guiar y/o reorientar al alumno en el proceso de aprendizaje atendiendo a sus dudas o dificultades, ampliando su información.

Evaluar el proceso de aprendizaje.

La función tutorial, es ejercida de manera individualizada, para ayudar a cada alumno en sus dudas o dificultades.

Las tutorías del Curso puede efectuarlas a través del Campus Extens y entrevista personal.

Itinerario formativo

Una vez concluido el Curso Técnico Marketing Internacional, el alumno puede seguir su itinerario formativo accediendo al:

- Máster en Comercio Exterior (Professional)
- Máster en Dirección de Comercio Exterior y Marketing Internacional (MIB Executive)
- Programas de Especialización.

Duración

El Curso Técnico Marketing Internacional contempla la realización de 20 créditos ECTS*.

* European Credit Transfer System. Un crédito ECTS equivale a una dedicación total aproximada de 25 horas por parte del participante, incluyendo horas lectivas, trabajo personal y exámenes.

Periodo lectivo

De noviembre a mayo.

Sesiones

Martes y jueves de 18:30 a 22 horas