

SEMINARIO PROFESIONAL – 24 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Marketing

OBJETIVOS

- » Conocer todos los pormenores referentes a la promoción de un producto o servicio en el exterior.
- » Capacitar al asistente para la realización de un plan de marketing de implantación de un producto o servicio en el exterior.
- » Conocer todos los medios de los que dispone la Empresa para publicitar un producto o servicio en el exterior.

PROGRAMA - FASES

- » Economía Internacional y análisis del entorno internacional.
- » La expansión internacional de la empresa.
- » Marketing internacional: conceptos básicos.
- » Planificación estratégica de Marketing Internacional.
- » Análisis de los entornos internacionales.
- » Investigación y selección de mercados exteriores.
- » Formas de entrada en mercados exteriores.
- » El Mix de Marketing Internacional: Productos y Marcas.
- » El Mix de Marketing Internacional: Distribución.
- » El Mix de Marketing Internacional: Precios.
- » El Mix de Marketing Internacional: Comunicación y Promoción.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Directores, jefes de Marketing, Jefes de producto y profesionales de marketing que desarrollen actividades en los mercados internacionales.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*