

## Marketing estratégico e internacional



**Área:** COMERCIO Y MARKETING

**Modalidad:** Teleformación

**Duración:** 40 h

**Precio:** 15.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

### OBJETIVOS

- Conocer los principales conceptos y elementos del marketing estratégico, así como los beneficios que puede obtener la empresa con su aplicación.

####

- Adquirir los conocimientos necesarios sobre los diferentes enfoques entre los que puede optar la empresa en su orientación hacia el mercado.

####

- Aprender a manejar las oportunidades que brinda el marketing para ubicar a la empresa en la posición pretendida.

####

- Conocer las características generales del marketing internacional y las diferentes técnicas de penetración en mercados extranjeros.

### CONTENIDOS

#### 1. Fundamentos del marketing estratégico

####

####

- Principales conceptos del marketing estratégico

####

- Orientaciones de las empresas hacia el mercado

####

- Cambios en el entorno del marketing y de las prácticas comerciales

####

- La secuencia del marketing estratégico

####

- La secuencia de la entrega de valor

####

- Etapas en el proceso de planificación

####

- Planificación estratégica corporativa

####

####

## **2. Diferenciación competitiva y estrategias de ciclo de vida del producto**

####

####

- La diferenciación

####

- Estrategias de diferenciación competitiva

####

- Diferenciación competitiva por medio del producto

####

- Diferenciación competitiva por medio de los servicios

####

- Diferenciación competitiva por medio del personal, de los canales y por medio de la imagen

####

- El ciclo de la vida

####

- La fase de introducción

####

- La fase de crecimiento

####

- La fase de madurez

####

- La fase de declive

####

- Creación y evolución del mercado

####

####

### **3. Posicionamiento**

####

####

- El posicionamiento

####

- De la diferenciación al posicionamiento

####

- Elección de las diferencias a promover

####

- Estrategia de posicionamiento

####

- Tipos de posicionamiento

####

- Estrategia de posicionamiento de productos funcionales

####

- Estrategia de posicionamiento de productos de compra por impulso

####

- Estrategia de posicionamiento de productos de precio alto

####

- Estrategia de posicionamiento de productos de consumo

####

- Estrategia de posicionamiento de un servicio

####

- Aplicaciones del posicionamiento

####

####

### **4. Marketing internacional**

####

####

- Introducción

####

- El salto internacional

####

- Ventajas del marketing internacional

####

- Riesgos y retos del marketing internacional

####

- Selección de mercado de entrada

####

- Comercio internacional

####

- Principales zonas de libre comercio en el mundo

####

- Penetración en el mercado

####

- El proceso de internacionalización

## METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

## REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.  
No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.