



CURSO DE TÉCNICO EN MARKETING INTERNACIONAL

Cada año se hace más patente la importancia de las relaciones internacionales y el comercio exterior. Por ello, el objetivo de los cursos de IMAFE en esta área es dar una formación práctica en Comercio Internacional a todos aquellas personas interesadas en desarrollar su carrera profesional en este área de gran demanda empresarial y con grandes perspectivas de futuro así como dotar al alumno de los conocimientos necesarios relativos al mundo de las Relaciones Internacionales y del Comercio Exterior, desarrollando habilidades técnicas y directivas que les permitan desarrollar su trayectoria profesional en este campo.



DIRIGIDO A:

Empresarios, directores de exportación, directores comerciales, estudiantes, profesores, consultores, empresas auxiliares, así como para todos aquellos que deseen desarrollar un negocio internacional.

OBJETIVOS:

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

TUTORIAS:

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 muy individualizada, para ayudar a cada persona en sus dudas o dificultades. Esto implica que, en muchas ocasiones, los profesores y profesoras que operan en este marco llegan a conocer mejor a sus alumnos y alumnas que en un sistema tradicional, generalmente masificado, donde las relaciones tutoriales son escasas. Las tutorías del Curso puede efectuarlas por teléfono, carta, correo electrónico, fax y entrevista personal



TITULACIÓN

IMAFE, Instituto para la Formación y Empleo, expedirá el TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR EN MARKETING INTERNACIONAL, a aquellos alumnos que hayan superado los controles parciales y evaluación final con aprovechamiento.

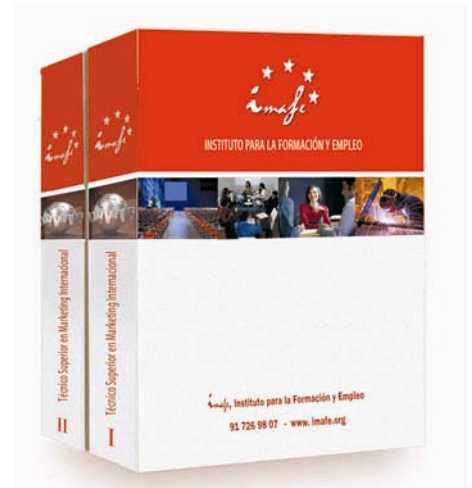


MANUALES DE ESTUDIO

El Material de Estudio se entrega en **carpetas** de hojas recambiables que favorecen la actualización y revisión de los contenidos y facilita el manejo y consulta del material en cualquier momento.

Las unidades didácticas están perfectamente estructuradas con una redacción clara procurando resaltar las palabras o frases que permiten asimilar más fácilmente lo fundamental y con numerosos ejemplos y casos prácticos resueltos.

los materiales didácticos están orientados a favorecer la autonomía, despertar la curiosidad por la materia, motivar el estudio y mantener la atención, relacionar la experiencia y los conocimientos,



BOLSA DE TRABAJO

El objetivo de éste departamento es promover y gestionar la incorporación de sus alumnos al mercado laboral. En el momento de formalizar la matrícula, el alumno deberá entregar CV y fotografía reciente para ser gestionado en la Bolsa de Trabajo. A lo largo del curso, el alumno tendrá la oportunidad de renovar su CV y recibir asesoramiento sobre procesos de selección en los que esté participando o vaya a participar.

PROGRAMA

MÓDULO 1. MARKETING INTERNACIONAL

TEMA 1: MARKETING INTERNACIONAL. Plan comercial. Gestión operativa. Organización mundial del comercio. Marketing internacional. Estructura del comercio internacional. El marketing en la empresa. Inicio del proceso de internacionalización. Desarrollo del plan comercial. El producto. Investigación de mercados internacionales. Planes de promoción y comunicación.

TEMA 2: CLASIFICACIÓN DE MERCADOS Y PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN. Las empresas de exportación. Los canales de distribución. Redes de distribución en el país importador. Como crear un red comercial en el país importador. Organismos de ayuda.

TEMA 3: LA MARCA INTERNACIONAL. La marca internacional. Sus ventajas competitivas. Creación de la marca. Marca con identidad. Valoración de la marca. Gestión de la marca. Estrategias de creación. Protección legal de la marca.

TEMA 4: ESTRATEGIA Y POLÍTICAS DE MARCA. Estrategias de creación. Exportar sin marca. Marca blanca. La Franquicia. Licencias. Compra de marcas. Protección legal de la marca.

TEMA 5: EL COMERCIO ELECTRÓNICO. El Marketing en Internet. Protección de consumidores. Formas de pago y envío. Comercio electrónico. Estrategias comerciales. Como montar un negocio virtual. Tiendas virtuales.

TEMA 6: ESTRATEGIA EMPRESARIAL. Recursos de la empresa. Cartera de productos. Ventajas competitivas. Diversificación empresarial. Uniones empresariales. Salida al exterior. La planificación.

MÓDULO 2. TRANSPORTE Y LOGÍSTICA INTERNACIONAL

TEMA 1: INTRODUCCIÓN AL TRANSPORTE. El sistema logístico. Papel del transporte. Política europea de transporte.

TEMA 2: EL LENGUAJE DEL TRANSPORTE. I. Conceptos generales. Actores del transporte internacional. Unidades de transporte. Infraestructuras. Vehículos y equipos.

TEMA 3: TIPOS DE TRANSPORTE. Protección física de la mercancía. Envase, embalaje, manipulación y almacenamiento. Transporte marítimo. Documentos del transporte marítimo. Jurisprudencia. El flete. Seguro marítimo de mercancías. Transporte aéreo. Características. Elementos. Documentos del transporte aéreo. Jurisprudencia (convenios internacionales). El flete. Seguros en el transporte aéreo. Transporte por carretera. Elementos. Documentos del transporte por carretera. Jurisprudencia. Tipos de contratación. Transporte Ferroviario. Transporte multimodal. El operador multimodal



TEMA 4: INCOTERMS. Modos de Transporte. Operadores Logísticos

TEMA 5: LA GESTIÓN DEL TRANSPORTE EN LA EMPRESA. Actividades estratégicas. Requerimientos de transporte. Planificación. Elaboración de documentos de transporte. Organización del transporte a larga distancia. Compra de vehículo o contratación de transporte. Coberturas de seguros.

MÓDULO 3. INGLÉS COMERCIAL

TEMA 1: INGLÉS COMERCIAL. CORRESPONDENCIA. Pedidos. Confirmación de pedidos. Reclamaciones. Inicio de negociaciones.

TEMA 2: LA EMPRESA Y SUS DEPARTAMENTOS. Logística y distribución del producto. Documentación.

TEMA 3: INGLÉS FINANCIERO.