

CÓDIGO	AUTOR	DURACIÓN ESTIMADA	NIVEL DE FORMACIÓN
16B12C04	Javier Fernández	20 h	Medio/Avanzado

Dirigido a

Profesionales de empresas de actividad logística que quieran ampliar sus conocimientos en relación al marketing internacional, poniendo especial énfasis en operarios, mandos intermedios, directores.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumno conocerá el marketing internacional en empresas de actividad logística, se abarcarán aspectos como la economía global, la naturaleza del marketing internacional, los beneficios del comercio internacional y el proceso de internalización de las empresas.

COMPETENCIAS

1. Conocer el proceso de globalización, las fuerzas impulsoras, ventajas y riesgos, niveles de globalización, corporaciones económicas internacionales, para un mayor conocimiento de la economía global.
2. Conocer las bases generales del marketing doméstico y el marketing internacional, así como los distintos ambientes, para el análisis óptimo del entorno.
3. Conocer las teorías del comercio internacional, los modelos y la hipótesis del ciclo de vida de un producto, los instrumentos de política comercial y políticas comerciales, para obtener unos mejores beneficios del comercio internacional.
4. Conocerla internalización de la empresa, la investigación, selección, tamaño y potencial de mercados, para buena internalización de la empresa.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Conocer que son la OMC, FMI OCDE Y G20 y su papel en la globalización.
2. Estudiar el ambiente macro económico. Realizar estudios del entorno de un país.
3. Aprender el modelo de ventaja comparativa y modelo de Hecksher Ohlin. Ver que son barreras arancelarias, licencias de importación, medidas normalización, etc.
4. Ver el análisis DAFO y ver la investigación de gabinete. Ver el método de evaluación de las empresas. Ver los distintos grados de rivalidad.

CONTENIDOS

Unidad 1. Globalización

Unidad 2. Análisis del entorno

Unidad 3. Beneficios del Comercio

Unidad 4. La internalización