CÓDIGO	AUTOR	DURACIÓN ESTIMADA	NIVEL DE FORMACIÓN
16B12C02	Javier Fernández	8 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 y la naturaleza del marketing internacional.

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.

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.

CONTENIDOS

Unidad 1. Globalización

1. El proceso de globalización
2. Fuerzas impulsoras de la globalización
   - 2.1. Impulso político e institucional
   - 2.2. Avances tecnológicos en transportes y comunicaciones (TIC)
   - 2.3. Liberalización de los flujos de capital
   - 2.4. Consumidores globales (multiculturalismo)
   - 2.5. Factores determinantes de la internacionalización empresarial
3. Ventajas y riesgos del proceso de globalización

4. Bloques regionales
   4.1. La cooperación económica internacional
   4.2. La integración económica

Unidad 2. Análisis del entorno

1. Naturaleza del marketing internacional
2. Marketing doméstico vs marketing internacional
3. Bases generales para el análisis del entorno
4. Ambiente macro económico
5. Ambiente demográfico
6. Ambiente cultural-social
7. Ambiente político-legal
8. Ambiente ecológico e infraestructuras