

INENKA

BUSINESS SCHOOL

MÁSTER EN INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

CON CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA INTERNACIONAL + RECONOCIMIENTO DE 60 ECTS Y PRÁCTICAS GARANTIZADAS

INA065

www.escuelainenka.com



Certificación universitaria internacional



Escuela asociada a:



CECAP

a3en



DESTINATARIOS

El **Máster en Internacionalización Empresarial** se dirige a todas aquellas personas que buscan formarse en políticas de marketing internacional. La titulación aborda las etapas del proceso de expansión y el ciclo de vida del producto en los mercados online y offline. Asimismo, el alumno obtendrá conocimientos sobre la estandarización de precios internacionales y de los factores que intervienen en su determinación. Seguidamente, tratará la promoción de ventas y las herramientas de comunicación a nivel exterior. Los canales de distribución, las entradas y salidas de los mercados y el potencial de Internet como canal comercial internacional también son cuestiones esenciales en esta formación. Como también lo es el manejo de herramientas informáticas para el cálculo de valores y tendencias competitivas. Por otra parte, la segunda fase del Máster incluye la planificación del marketing como instrumento de gestión y control de la actividad comercial internacional. El contenido formativo concluye con la conceptualización del briefing, haciendo especial hincapié en su elección, desarrollo y presentación.



MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.
- **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

Ambas modalidades incluyen **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** en empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.



DURACIÓN

La duración del curso es de 1500h, reconocidas con 60 ECTS.



IMPORTE

Importe Original: ~~3600€~~

Importe Actual: 1800€



CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el **“MÁSTER EN INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL”**, de INENKA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez de los contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

Junto al diploma, el alumno recibirá un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además el alumno recibirá una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 60 ECTS.



CONTENIDO FORMATIVO

UNIDAD FORMATIVA 1. POLÍTICAS DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1. La decisión de internacionalización de la empresa.
2. Etapas del proceso de internacionalización.
3. Las variables de marketing en la internacionalización de la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA DE PRODUCTO EN EL MARKETING INTERNACIONAL

1. Atributos del producto.
2. El ciclo de vida del producto.
3. Estandarización/adaptación de los productos en los mercados internacionales
4. La cartera de productos internacional.
5. La marca.
6. La política de producto en los mercados online.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE PRECIO EN EL MARKETING INTERNACIONAL

1. Análisis de la variable «precio» como instrumento del marketing internacional.
2. Estandarización/adaptación de precios internacionales.
3. Factores que influyen en la determinación de precios internacionales.
4. Análisis de rentabilidad.
5. Estrategias de precios.
6. Cotización de precios internacionales.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

1. La comunicación en el marketing: concepto y funciones.
2. La publicidad.
3. La promoción de ventas
4. Las relaciones publicas.
5. Otras herramientas de la política de comunicación:
6. Factores que influyen en las decisiones de política internacional de comunicación.
7. Las ferias internacionales y las misiones comerciales.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN EN EL MARKETING INTERNACIONAL

1. Canales de distribución.
2. Aspectos a considerar en el diseño y selección de los canales de distribución internacionales.
3. Determinación de la localización y tipología de los puntos de venta.
4. Las relaciones internas del canal.
5. Formulas de entrada en los mercados exteriores.
6. Aspectos a considerar en la adaptación de la función de distribución en diferentes entornos internacionales.
7. Internet como canal de distribución internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA EL CÁLCULO DE VALORES Y TENDENCIAS DE MERCADO

1. Herramientas para el cálculo de valores estadísticos.
2. Herramientas para el análisis de tendencias y series de datos.
3. Hojas de calculo.

UNIDAD FORMATIVA 2. PLAN E INFORMES DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

1. El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional.
2. Análisis de la situación.
3. Diagnostico: análisis DAFO.
4. Establecimiento de los objetivos del marketing.
5. Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN OPERATIVO Y ACCIONES DE MARKETING INTERNACIONAL

1. El plan de acción de marketing
2. Asignación presupuestaria de las acciones de marketing.
3. El control del plan de marketing.
4. Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BRIEFING DE PRODUCTOS Y/O MARCAS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1. Concepto y funciones del briefing en el marketing.
2. Determinación de los objetivos del briefing.
3. La elección de la estructura del briefing.
4. Como realizar un briefing
5. La presentación del briefing.