

Marketing Estratégico e Internacional

Modalidad: Teleformación

Duración: 40 horas

Titulación expedida por la Universidad Rey Juan Carlos¹

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.

Índice

UD1. Fundamentos del marketing estratégico

- 1.1. Principales conceptos de marketing estratégico
- 1.2. Enfoque de las empresas hacia el mercado
- 1.3. La secuencia del marketing estratégico
- 1.4. Planificación estratégica corporativa

UD2. Diferenciación competitiva y estrategias de ciclo de vida del producto

- 2.1. La diferenciación
- 2.2. El ciclo de vida
- 2.3. Creación y evolución del mercado

UD3. Posicionamiento

- 3.1. El posicionamiento
- 3.2. Estrategias de posicionamiento
- 3.3. Aplicaciones del posicionamiento

UD4. Marketing internacional

- 4.1. Introducción
- 4.2. El salto internacional
- 4.3. Comercio internacional
- 4.4. Penetración en el mercado internacional

¹ Una vez superado el curso