

DENOMINACIÓN: MARKETING INTERNACIONAL Y EXPORTACIONES

MODALIDAD: MIXTA

NÚMERO DE HORAS: 68 (15 PRESENCIALES+ 53 DISTANCIA)

OBJETIVOS:

OBJETIVO GENERAL

- El objetivo principal del curso es dotar a los participantes de las principales herramientas para elaborar adecuadamente planes de marketing internacional y las exportaciones y conocer las diferentes estrategias utilizadas para fomentar y promocionar la venta de productos o servicios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar que perfil de empresas que pueden exportar, los recursos necesarios para la exportación así como analizar el inicio de una actividad exportadora.

-Entender las implicaciones de la frase 'pensar globalmente, actuar localmente' en las estrategias de internacionalización y la importancia del marketing mix internacional.

-Entender la importancia de los estudios de mercados en las estrategias de internacionalización.

-Saber diseñar estrategias de producto para los mercados internacionales.

-Entender la importancia de una correcta estrategia de precios internacionales y su repercusión en el marketing mix internacional.

-Saber calcular precios de exportación para diferentes mercados.

-Saber diseñar las estrategias de promoción internacional más adecuada a cada mercado.

- Entender las diferentes estrategias de distribución internacional.

- Tener criterios para aplicar una estrategia de marca global o adaptada a los mercados, así como gestionar la marca en los mercados internacionales.

-Saber que criterios hay que aplicar para posicionar una marca en los mercados internacionales.

CONTENIDOS:

Unidad didáctica 1. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

Contenidos teórico-prácticos:

1.1. La internacionalización de la empresa: motivos, obstáculos y etapas del proceso de internacionalización.

1.2. Planificación comercial internacional.

1.3. Organización de la estrategia comercial internacional

1.4. El Briefing

1.5. Del plan de marketing internacional: estructuras y elementos.

Duración: 13 horas

Unidad didáctica 2. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DEL MARKETING-MIX INTERNACIONAL.

Contenidos teórico-prácticos:

2.1. Concepto y características del marketing-mix internacional

2.2. Análisis de la política de productos en contextos internacionales.

2.3. Determinación del precio en operaciones exteriores.

2.4. Los Incoterms y los precios internacionales.

2.5. Análisis de la política de distribución en mercados exteriores.

2.6. Apertura de mercados y red de ventas exterior.

2.7. Agentes y distribuidores.

2.8. Diferencias a nivel internacional en los canales de distribución.

2.9. Logística comercial internacional.

2.10. Análisis de la política de comunicación.

2.11. Herramientas de comunicación: publicidad, promoción, merchandising, eventos, relaciones públicas, marketing directo y otros.

2.12. Acciones habituales en procesos de internacionalización de la empresa.

Duración: 22 horas

Unidad didáctica 3. FÓRMULAS DE ENTRADA EN MERCADOS EXTERIORES.

Contenidos teórico-prácticos:

3.1. Alternativas para operar en los mercados internacionales.

3.2. Modos de operación directos:

-Vendedor exportación

- Agente y distribuidor

-importador

- Subsidiaria comercial

- Consorcios de exportación

- Filiales

- Sucursales, etc.

3.3. Modos de operación indirectos:

- Tradings companies

- Comercializadoras

- Empresas comerciales

- Otros Modos de operación mixtos.

Duración: 19 horas

Unidad didáctica 4. APLICACIÓN DE INTERNET AL MARKETING INTERNACIONAL.

Contenidos teórico-prácticos:

4.1. Internet como instrumento de comercialización internacional.

4.2. Lanzamiento y difusión de nuevos productos, estandarización de precios, intermediación, nuevos servicios, promoción y publicidad virtual.

4.3. Elaboración de un plan de marketing online.

4.4. El comercio electrónico y las relaciones comerciales internacionales.

Duración: 14 horas

METODOLOGÍA:

La metodología mixta (presencial y distancia) ofrece a los participantes la posibilidad de acceder a la formación a través de dos vías, clases presenciales y a distancia. Este tipo de metodología combinada, facilita a los participantes el acceso a la formación, independientemente de su horario laboral o de sus características personales.

La metodología que se aplica en el desarrollo de este plan de formación asegura que se puedan mantener los estándares de calidad de forma homogénea, garantizando una formación de calidad adaptada a las personas de los participantes.

Dadas las características generales de los alumnos, los destinatarios de este tipo de formación, son personas adultas (trabajadores/as ocupados/as o desempleados/as), cuyo objetivo principal es la ampliación y el reciclaje de su formación bien para su puesto de trabajo, o bien para encontrar un trabajo acorde a su experiencia y a sus capacidades.

La formación a través de una metodología mixta es la más adecuada, permite ofrecer a los participantes una mayor flexibilidad de estudio, siendo el propio participante el que organice su proceso de aprendizaje, estableciendo los ritmos de aprendizaje en función del tiempo del que dispongan.

En este sentido, resulta fundamental, establecer y fijar calendarios y tiempos, tanto a nivel global como de las diferentes unidades didácticas que lo componen, de forma precisa y justificada, con el objetivo de garantizar el éxito de la acción y el seguimiento de la misma por parte de los participantes.

La duración de las horas de la acción formativa y su distribución, es la indicada para adquirir todos los conocimientos que se reflejan en el apartado de contenidos con el objetivo de que los participantes puedan lograr los objetivos planteados.

Los aspectos en los que se basa esta metodología son los siguientes: _

- El seguimiento y control del material de auto estudio proporcionado por el Departamento de Tutorías, éste sistema será el encargado de marcar y guiar las pautas que el alumno debe seguir para realizar la parte a distancia de la acción formativa (actividades planteadas, avance en los contenidos, su análisis y el estudio de los mismos).
- Establecer y planificar un calendario que programa el tiempo de estudio y la entrega de las pruebas de evaluación.
- Programar las sesiones presenciales, el objetivo de las mismas, será la ampliación de los conocimientos desarrollados en el manual de auto estudio y la puesta en práctica de las habilidades y actitudes desarrolladas en el mismo.
- El apoyo de las tutorías a distancia, con la finalidad de apoyar a los participantes en la resolución de dudas y potenciar la motivación en todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las sesiones presenciales se van a centrar en tres aspectos o elementos clave:

- Tratar los contenidos desde el punto de vista del participante, originando un acercamiento de los contenidos a la realidad de los destinatarios de la formación y, por lo tanto, facilitando su transferencia al puesto de trabajo.
- Aplicación de una metodología participativa, a través de las dinámicas y de diferentes técnicas y recursos didácticas utilizados en el desarrollo de la acción formativa.

- Fomentar la utilización de una metodología pedagógica en el que se tenga presente el método 'aprender haciendo', que permite a los alumnos poner en práctica aquello que el formador ha desarrollado de manera teórica.

La metodología práctica se llevará a cabo tanto en las clases presenciales como en la parte a distancia.

En las sesiones presenciales el tutor-formador planteará diferentes ejercicios o actividades que se detallan a continuación:

-Supuestos prácticos relacionados con la materia impartida que permiten relacionar los contenidos desarrollados en las clases teóricas, con la experiencia de los conocimientos adquiridos mediante la exposición del tutor-formador o la lectura y estudio del material didáctico de apoyo.

-Role playing: técnica que sirve de base para el desarrollo de habilidades y destrezas. Con ésta técnica se pone en evidencia una situación conflictiva. Los participantes a través de la representación o la adquisición de papeles, ponen de manifiesto los roles y dinámicas concretas que se desean realizar. En primer lugar, se presenta el problema y los roles a desempeñar por los diferentes participantes, el resto de alumnos son meros observadores. Los participantes interiorizan el rol según sus propios criterios y desarrollan su papel. Una vez finalizada la práctica el grupo seguirá un diálogo sobre la situación presentada, y las principales conclusiones que se han obtenido de la actividad planteada.

Para completar la técnica es necesario mantener un feed-back continuo entre el formador y los participantes

-Grupos de discusión: se plantea una situación a resolver por el grupo y cada participante debe plantear su solución y razonarla. Se trata de una técnica práctico-reflexiva que contribuye al desarrollo de habilidades de comunicación, escucha activa y negociación, a la vez que permite asentar los conocimientos adquiridos en las sesiones teóricas, mediante la profundización sobre el concepto tratado.

- La documentación de la acción formativa para el estudio a distancia, incluye, además de las unidades didácticas donde se desarrollan los contenidos teóricos, diversos ejercicios prácticos que plantean situaciones -problemas referidos a contextos laborales actuales, aportando posteriormente la solución adecuada para que el propio alumno pueda verificar su grado de aprendizaje.

Estos ejercicios consisten en:

-Ejercicios de auto evaluación: proporcionan información y propician la reflexión. La prueba consta de un test en el que los participantes reflejan sus actitudes, creencias, valores y comportamientos y por otro lado, permiten el aprendizaje de los contenidos. Además, estas pruebas tienen un efecto motivador y reforzador del aprendizaje.

-Pruebas de evaluación: estas pruebas serán corregidas por el tutor, la finalidad de las mismas, es aclarar y hacer hincapié en la temática con mayor dificultad.

Los procesos de enseñanza-aprendizaje se personalizan permitiendo una mayor motivación y participación, profundizando en los contenidos y en los procesos y favoreciendo la retroalimentación de ambas partes (participante-tutor). Estas pruebas de evaluación van a permitir valorar el grado de interiorización de los participantes de los contenidos en los que está distribuida la acción formativa, así como, las habilidades y actitudes desarrolladas a lo largo del curso.