

CONTENIDO DEL MÓDULO DE MARKETING INTERNACIONAL

PRIMERA PARTE ESTRUCTURA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- 1.- Teoría y práctica del comercio internacional.
- 2.- Las bases de la competitividad internacional.
- 3.- Organizaciones económicas y comercio exterior.
- 4.- El sector exterior de la economía española.

SEGUNDA PARTE MARKETING INTERNACIONAL DE LA EMPRESA

- 5.- Marketing internacional: conceptos básicos.
- 6.- Análisis de los entornos internacional y propio.
- 7.- La expansión internacional de la empresa.
- 8.- Investigación y selección de mercados exteriores.
- 9.- Formas de entrada en mercados exteriores.
- 10.- Aplicación, organización y control de marketing internacional.
- 11.- Entidades y medidas de apoyo a la internacionalización de la empresa.

TERCERA PARTE MARKETING-MIX INTERNACIONAL

- 12.- El producto.
- 13.- El precio.
- 14.- La distribución.
- 15.- La promoción.

CUARTA PARTE INTERNET Y MARKETING INTERNACIONAL

- 16.- Aplicaciones de internet al marketing internacional.