

Curso: Marketing Estratégico e Internacional

Familia Profesional: Comercio y marketing.

Modalidad: On-line (Teleformación).

Duración: 20 h.

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.

Contenidos:

1. Fundamentos del marketing estratégico

- Principales conceptos del marketing estratégico
- Orientaciones de las empresas hacia el mercado
- Cambios en el entorno del marketing y de las prácticas comerciales
- La secuencia del marketing estratégico
- La secuencia de la entrega de valor
- Etapas en el proceso de planificación
- Planificación estratégica corporativa

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

- La diferenciación
- Estrategias de diferenciación competitiva
- Diferenciación competitiva por medio del producto
- Diferenciación competitiva por medio de los servicios
- Diferenciación competitiva por medio del personal, de los canales y por medio de la imagen
- El ciclo de la vida
- La fase de introducción
- La fase de crecimiento
- La fase de madurez
- La fase de declive
- Creación y evolución del mercado

3. Posicionamiento

- El posicionamiento
- De la diferenciación al posicionamiento
- Elección de las diferencias a promover
- Estrategia de posicionamiento
- Tipos de posicionamiento
- Estrategia de posicionamiento de productos funcionales
- Estrategia de posicionamiento de productos de compra por impulso
- Estrategia de posicionamiento de productos de precio alto
- Estrategia de posicionamiento de productos de consumo
- Estrategia de posicionamiento de un servicio
- Aplicaciones del posicionamiento

4. Marketing internacional

- Introducció
- El salt internacional
- Ventajas del marketing internacional
- Riesgos y retos del marketing internacional
- Selección de mercado de entrada
- Comercio internacional
- Principales zonas de libre comercio en el mundo
- Penetración en el mercado
- El proceso de internacionalización