



MAESTRIA INTERNACIONAL EN MARKETING GLOBAL Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

OBJETIVOS

A través de la Maestría en Marketing Global y Negocios Internacionales diseñaras productos y servicios que respondan a las necesidades de los consumidores de nivel internacional, obteniendo competencias para liderar proyectos y estrategias de marketing que permitan la eficiente inserción de los productos nacionales en el mercado internacional.

- Diseñar una estrategia de marketing internacional conociendo qué **política de precios** se ha de aplicar a cada uno de los mercados objetivo además de saber calcular estos precios en cada mercado.
- Llevar a cabo una **adaptación correcta del producto** a las diferentes realidades locales (cultura, normativa, etc.), lo cual es fundamental en los negocios internacionales.
- Conocer las políticas de **promoción internacional** (publicidad, viajes comerciales, ferias internacionales, relaciones públicas, páginas web, e-promoción, marca país, etc.) como una parte fundamental que la empresa exportadora ha de definir.
- Saber seleccionar la **estrategia de distribución** más adecuada para cada mercado y entender la importancia de una gestión correcta de la red de distribución internacional.
- Diseñar **estrategias de producto, de precios, de promoción y de distribución para los mercados internacionales**.
- **Agregar valor al producto** tradicional con servicios de valor añadido digitales
- Entender la importancia de la marca «**imagen país**» y saber usarla a favor de nuestras estrategias de internacionalización.

- Seleccionar la **estrategia de distribución** más adecuada para cada mercado.
- Entender la importancia de una correcta **gestión de nuestra red** de distribución internacional.
- Apreciar los **cambios y tendencias** en la distribución Internacional.

BLOQUE 1.VISION GENERAL DEL MARKETING

1.MARKETING EN UN MUNDO CAMBIANTE

2.LA PLANIFICACION ESTRATEGICA Y EL PROCESO DE MARKETING

3.EL MARKETING ESTRATÉGICO

4.MARKETING CREATIVO

5.MARKETING EN TIEMPOS DE RECESION

6.MERCADOS MASIVOS Y MERCADOS SEGMENTADOS

7.MARKETING DE ULTIMA GENERACION

8.MARKETING DE AFILIACION

9.MARKETING DE GUERRILLA

10.MARKETING VIRAL

11.WARKETING

12.MARKETING MOVIL

13.MARKETING SOCIEDAD Y ETICA

M.C.EL MARKETING ESTRATEGICO

M.C.ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA

M.C.GUIA PARA ELABORAR UN PLAN DE MARKETING

M.C.LAS 22 LEYES INMUTABLES DEL MARKETING

M.C.MARKETING DE LA EXPERIENCIA

BLOQUE 2.MARKETING GLOBAL

1.MARKETING GLOBAL

2.MERCADOS GLOBALES

3.MERCADOS INTERNACIONALES

4.MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

5.CONQUISTANDO MERCADOS INTERNACIONALES

6.PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

7.BRANDING EN TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE

8.EL POSICIONAMIENTO A TRAVÉS DE LA MATRIZ DE COMPATIBILIZACIÓN

9.MARKETING EFECTIVO

10.MARKETING OPERATIVO

M.C.EL ALCANCE DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING INTERNACIONAL

M.C.ESTRATEGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL EN MERCADOS EMERGENTES

M.C.MARKETING DE EXPORTACIONES

M.C.MARKETING GLOBAL

BLOQUE 3.NEGOCIOS INTERNACIONALES

1.ASPECTOS TEORICO PRACTICOS EN COMERCIO INTERNACIONAL

2.COMERCIO INTERNACIONAL

3.CONCEPTO DE IMPORTACIONES EFICIENTES

4.COSTOS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

5.EL CUADRO DE MANDO INTERNACIONAL

6.ELEMENTOS ESENCIALES EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

7.EMPRESA Y COMERCIO EXTERIOR

8.FACTORES DE PROMOCIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL

9..GLOSARIO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

10.LA COMPETITIVIDAD DE UN PAIS

11.LA GERENCIA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

12.LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES COMO DECISIÓN ESTRATÉGICA

13.NEGOCIOS INTERNACIONALES

14.NUEVO ESCENARIO DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

M.C.BANCO MUNDIAL DOING BUSINESS 2013

M.C.COMO UTILIZAR LAS ESTADISTICAS DE COMERCIO INTERNACIONAL

M.C.NEGOCIOS INTERNACIONALES UN ENFOQUE DE ADMINISTRACION ESTRATEGICA

MC.NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

BLOQUE 4.GLOBALIZACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

1.GLOBALIZACION Y COMERCIO INTERNACIONAL

2.MARKETING GLOBAL

3.GERENCIA Y GLOBALIZACION

4.GLOBALIZACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

6.GLOBALIZACION OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

7.GLOBALIZACION Y HOMOGENEIDAD CULTURAL

8.GLOBALIZACION Y NUEVOS ESQUEMAS EMPRESARIALES

9.GERENCIA SOCIAL Y AMBIENTAL RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y NEGOCIOS INTERNACIONALES Y GLOBALIZACIÓN

10.LA CORPORACIÓN COSMOPOLITA

11.LA GLOBALIZACION Y SU IMPACTO EN EL MUNDO EMPRESARIAL

12.EL PODER GLOBAL DE LOS MERCADOS EMERGENTES

13.TECNOLOGIAS LIMPIAS EN UN ENTORNO EMPRESARIAL GLOBAL

14.LA TRANSFORMACION DE LA BANCA GLOBAL

15.FORTALECIMIENTO DE LA COOPERACION GUBERNAMENTAL CON EL SECTOR PRIVADO EN UN ENTORNO GLOBAL

16.CAMBIOS DEMOGRAFICOS Y FUERZA DE TRABAJO GLOBAL

M.C.COMERCIO INTERNACIONAL Y GLOBALIZACION

M.C.IMPACTO DE LA GLOBALIZACION SOBRE LA GESTION DE LOS NEGOCIOS

M.C.LA GLOBALIZACION

BLOQUE 5.-

ACCESO LIBRE AL AREA DE MATERIALES AUDIOVISUALES (VIDEOS) RELACIONADOS CON LA MATERIA DE LA MAESTRIA