

EXPERTO ONLINE EN

MARKETING INTERNACIONAL

Entidades colaboradoras



Índice

Presentación.....	2
Programa de contenidos.....	3
Sistemas y criterios de evaluación.....	3
Contenido detallado del programa.....	3
A quién va dirigido.....	7
Objetivos y competencias.....	7
Motivos para elegir el Experto Online en Marketing Internacional.....	7
Salidas profesionales.....	8
Claustro docente del programa.....	8

Presentación

Los programas de Expertos Online proporcionan a los alumnos, tanto profesionales del sector como recién titulados, los conocimientos teóricos y prácticos en las áreas profesionales más demandadas de hoy en día.

Como una forma de ampliar el conocimiento y continuar creciendo; los Expertos Online impartidos por el Instituto Europeo San Francisco tienen una extensión variable, de entre dos a seis meses, según el número de créditos y horas.

Experto Online en Marketing Internacional

La Mercadotecnia es una de las herramientas más creativas y activas de las empresas. Permiten el posicionamiento de sus productos y el acercamiento de sus servicios a clientes que de lo contrario podrían no conocerla y no saber qué les ofrecen. Esto, ampliado a los niveles de internacionalización actuales, favorece además el desencadenamiento de estrategias de crecimiento a través de la aplicación de tácticas de contacto multicultural y adaptación a las necesidades de los consumidores más diversos. La realidad de la globalización ha hecho necesario, por lo tanto, crecer en perspectivas e interactuar con entornos muy diferentes a los habituales. Un producto que resulta básico en una región, puede que en otra no tenga ningún interés. Un producto desconocido en una zona geográfica, puede convertirse en un líder de ventas si se sabe presentar a los potenciales clientes de la forma más correcta. La labor del Marketing Internacional es, con esto, la encargada de hacer que, mediante las estrategias e instrumentos adecuados, ese producto de escaso interés deje de serlo y se convierta en un producto de éxito, competitivo y reconocido a nivel global.

El crecimiento internacional de los mercados ha creado un panorama muy atractivo para las empresas, y si buscan un crecimiento internacional óptimo, la herramienta del Marketing Internacional es una forma básica de conseguirlo.

El Experto Online en Marketing Internacional acerca a los profesionales las herramientas y estrategias necesarias para ello, y lo hace de una forma activa y flexible que no sólo resulta más sencilla, sino ampliamente motivadora para una de las actividades más creativas dentro del mundo empresarial.

Programa de contenidos (425 horas, 17 ECTS, 5 meses)

1. Marketing Internacional
2. Investigación de Mercados
3. Estrategia de Comunicación y Posicionamiento
4. Liderazgo Comercial

Sistemas y criterios de evaluación

La calificación final se obtendrá a partir de las notas logradas por el alumno en cada asignatura a lo largo del período lectivo. El sistema de evaluación se basará en:

- Actividades prácticas semanales.
- Examen de la asignatura.

Contenido detallado del programa

Marketing Internacional

Clase 1: El marketing internacional

El alcance de la estrategia del marketing internacional

La globalización de los mercados

Análisis de la industria y el sector específico

Clase 2: Los mercados internacionales y los tratados internacionales

Segmentos de mercados internacionales

Los principales tratados internacionales en Latinoamérica

El proceso de internacionalización

Clase 3: Etapas de la estrategia de internacionalización

Fases en una estrategia de internacionalización

La internacionalización de la empresa: objetivos y análisis estratégico

La necesidad del marketing internacional

Clase 4: Precios y selección de los mercados internacionales

Estrategias para la fijación de precios de exportación

Investigación y selección de mercados exteriores I

Investigación y selección de mercados exteriores II

Clase 5: Definición y estrategias del marketing internacional

Formas de entrada en mercados exteriores

Joint Venture y alianzas estratégicas

Organización y control del marketing internacional

Clase 6: Concepto de marketing internacional

Definición de marketing internacional

El mix de marketing internacional

Planificación estratégica del marketing internacional

Investigación de Mercados

Clase 1: La investigación de mercados

Investigación de mercados: concepto y análisis del producto

Sistema de información de marketing

Principales técnicas de recogida de información

Clase 2: Modelos de comunicación empresarial

Tipos de investigaciones ganonistas y procesos de investigación

Diseño de la investigación. Diseño de trabajo práctico de aplicación

Técnicas cualitativas: FocusGroup, entrevista en profundidad. Técnicas cualitativas y técnicas proyectivas

Clase 3: Metodología de la comunicación empresarial

Técnica DELPHI y entrevista en profundidad

Grupos de discusión

Paradigmas cuantitativo y cualitativo y metodología de la investigación

Clase 4: Los estudios empresariales

Estudios cuantitativos y cualitativos

La encuesta como método en la investigación de mercados

Tratamiento y análisis de la información y tipos de encuestas

Clase 5: Cuestionario, muestreo y lanzamiento de un producto

El cuestionario como herramienta básica para la evaluación de distintas necesidades del mercado

El muestreo. El trabajo de campo

Diseño del trabajo práctico de aplicación: lanzamiento al mercado de un producto-servicio

Clase 6: La información empresarial

Medición de actitudes

Preparación de la información para el informe de investigación de mercados

La investigación comercial como apoyo al marketing

Estrategia de Comunicación y Posicionamiento

Clase 1: La comunicación en la empresa

La comunicación estratégica y corporativa

La comunicación en la empresa

Comunicación organizacional

Clase 2: Caracterización de la comunicación empresarial

La comunicación publicitaria

La comunicación global de la empresa

La creatividad en la comunicación

Clase 3: Implantación del modelo comunicacional en la empresa

Desarrollo de la estrategia de comunicación

Comunicación estratégica empresarial en los medios

Imagen, posicionamiento, reputación y marca

Clase 4: Dirección de comunicación

La dirección de comunicación

Cómo identificar y definir los públicos y los Stakeholders

Plan estratégico para una imagen corporativa

Clase 5: Tipos de comunicación empresarial

Comunicación “B to B” I

Comunicación “B to B” II

La importancia de la comunicación digital en las empresas

Clase 6: La digitalización en la comunicación empresarial

La comunicación digital global en la empresa

La transformación digital de las empresas y organizaciones

Las profesiones digitales para la comunicación estratégica en las empresas y en las organizaciones

Liderazgo Comercial

Clase 1: La dirección comercial

El contexto de la dirección comercial I

El contexto de la dirección comercial II

La dirección comercial

Clase 2: Motivación y reclutamiento comercial

La motivación en el entorno laboral de los comerciales

Control y seguimiento del equipo de vendedores

Reclutamiento de los candidatos

Clase 3: Las ventas en la empresa

La estructura de ventas en la empresa

La dirección de ventas y la dirección comercial

Marketing y comercialización

Clase 4: La estrategia comercial

Posiciones comerciales y funciones en la dirección comercial y el marketing

Posicionamiento comercial y funciones del sector servicios

Posicionamiento comercial. Las funciones de la industria

Clase 5: Plan de ventas

La previsión de ventas

Investigación, planes y estrategias

La fuerza de ventas

Clase 6: El perfil del comercial

Perfil del puesto de trabajo del vendedor

La formación de vendedores. El empowerment

La formación a los vendedores

A quién va dirigido

El Experto Online en Marketing Internacional está dirigido a profesionales que, con intención de mejorar en el desempeño de sus funciones de marketing, quiere ampliar y actualizar sus conocimientos, herramientas y estrategias. De la misma forma, se dirige a titulados del sector de la Mercadotecnia que quieran ampliar sus conocimientos y completar su currículum para incrementar sus posibilidades en el mercado laboral.

Objetivos y competencias

1. Aprender a gestionar y analizar información sobre la actividad internacional de consumo y comunicación.
2. Conocer estrategias actuales e innovadoras de marketing y posicionamiento en el mercado de forma competitiva.
3. Aprender a desarrollar nuevos productos demandados en el mercado internacional.

Motivos para elegir el Experto Online en Marketing Internacional

1. Aprendizaje continuo: ESIAF entiende la educación como una forma de mejora constante. Por este motivo, ve como una necesidad para el crecimiento del individuo que se aplique de forma constante al aprendizaje. Para ello, ofrece cursos especializados cuyos contenidos están preparados para mejorar las habilidades y actualizar los conocimientos.
2. Mercado laboral competitivo: el mundo empresarial se caracteriza por los altos niveles de competitividad. Si además pensamos en su internacionalización, vemos que la buena imagen y el mejor posicionamiento son básicos para el mundo laboral dentro de sectores tan novedosos como el

Marketing Internacional. Por esto, EISAF ofrece a sus alumnos cursos con los que completar su curriculum o bien perfeccionar su actividad profesional.

3. Aprendizaje práctico: el conocimiento debe ser práctico para que pueda aplicarse a la realidad de forma correcta y con éxito. Por este motivo, el Instituto Europeo ofrece en sus cursos actividades prácticas basadas en situaciones reales a través de las cuales el alumno pueda comprobar que su aprendizaje teórico ha tenido buenos resultados.

4. Globalización e Internacionalización: estos dos factores han alterado los parámetros del mundo empresarial tal y como se conocía, y solo los profesionales capaces de adaptarse a este cambio podrán conseguir el éxito. EISAF permite esta adaptación ofreciendo en sus cursos un contenido constantemente actualizado y mejorado con el que prepararse para el entorno real.

Salidas profesionales

El Experto Online en Comercio Internacional sirve a los alumnos para potenciar sus posibilidades laborales en puestos relacionados con la consultoría de marketing, la investigación de mercados, departamentos de gestión y relación con clientes y proveedores.

Si posteriormente el alumnado de Experto deseara cursar un MBA o Máster con el Instituto Europeo San Francisco, le serán convalidados los ECTS adquiridos con la consiguiente reducción de tiempo y costes de los mismos.

Claustro docente del programa

Adelaida Valero

Licenciada en Sociología, especialidad Mercadotecnia y Publicidad por la UA (Universidad de Alicante). Máster en Publicidad por Icade. Ha desarrollado su carrera profesional en conocidas agencias como Grupo Comunica, Targeting Link Thinkers, Grupo Ruiz Nicoli Líneas como Directora de servicios al cliente y desarrollo de negocio, o Directora de unidades de negocio, trabajando para los sectores de energéticas, gran consumos, seguros, banca, telecomunicaciones,

motor, y llevando cuentas relevantes como: Coca-Cola, Red Eléctrica de España, ICO, Telefónica (Movistar), Grupo Hospitalario Vithas, Diageo, C.C. Arturo Soria Plaza, Wilkinson, Grupo Mercedes Benz, La Once, Grupo Santander, Cirsa (Sportium), Santa Lucia Seguros, Grupo Inditex. Actualmente es Responsable de la agencia de publicidad (Publiasa) en el Grupo Vectalia.

Alba González Alonso

Licenciada en Administración de Empresas por la Universidad Autónoma de Madrid. Máster en International Business Management por el Centro de Estudios Económicos y Comerciales (CECO). Cuenta con amplia experiencia en Business Development Consultant y Sales Account Executive para el mercado iberoamericano, en España y en el Extranjero, en conocidas empresas como Hewlett Packard, Oracle y Hubspot. Actualmente es Responsable de Ventas (en el ámbito tecnológico) en Oracle.

María Álvarez Gómez

Licenciada en Ciencias de la información en la rama de Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid y Máster en Gestión Comercial y Marketing por ESIC. Su trayectoria profesional ha estado siempre ligada al mundo del Marketing, en especial de la Comunicación y de la Publicidad. Ha trabajado en diferentes compañías y agencias de medios, tanto nacionales como internacionales como Directora de Cuentas y Directora de Nuevo Negocio en Maxus, una de las principales agencias de medios perteneciente al grupo más importante a nivel mundial (WPP-Group M), y que opera a nivel internacional. Actualmente dirige la unidad de Gran Consumo a nivel de medios de L'Oreal España en Zenith. Sus conocimientos del mundo del Marketing, no solamente desde la perspectiva tradicional, sino también desde la perspectiva digital y de las nuevas tecnologías, es muy amplio y variado, puesto que ha trabajado para numerosos sectores, tales como automoción, gran consumo, alimentación, nuevas tecnologías, eléctricas y grupos de comunicación.

Almudena González del Valle Brena

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Pontificia Comillas, Máster en Comunicación por la Universidad de Pennsylvania (Annenberg School) y Doctora en Comunicación por la Universidad de Westminster (UK). Ha desarrollado su carrera profesional docente tanto presencial como Online en varias instituciones académicas españolas (Universidad Nebrija, IE University, IEP, Bureau Veritas, UNIR, Universidad Francisco de Vitoria, Universidad Pontificia de Salamanca, entre ellas) en el ámbito de la comunicación y marketing. Trabajó en marketing de producto en Publiespaña, S.A. en publicidad de televisión. Actualmente es profesora colaboradora en la Universidad Pontificia Comillas, en el departamento de Relaciones Internacionales, impartiendo las asignaturas de Estudios regionales y EuropeanHistoryof 20th century. Autora de varios artículos y publicaciones sobre comunicación de la responsabilidad social corporativa y de la política audiovisual en la Unión Europea. Profesora acreditada “contratado doctor” y un sexenio de investigación vivo reconocido.

**CUANDO LA EDUCACIÓN
NO TIENE FRONTERAS,
EL ÉXITO TAMPOCO.**

EISAF

Business School

**¡IMPULSA TU CARRERA!
RESERVA TU PLAZA YA.**

EISAF
Business School

C/ Valentín Beato 24

Madrid, España

admisiones@eisaf.es

+34 911703562

www.eisaf.es