

# 0823. Marketing Internacional

## Se imparte en

---

- Segundo curso del C.F. de Grado Superior de Comercio Internacional.

## Duración del módulo

---

- 198 horas (duración total del módulo)
- 6 horas semanales

## Unidades/Estándares de competencia

---

- 🔑 **UC1008\_3:** Realizar estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing internacional.

## Aprenderás a:

---

- Determinar la oportunidad de entrada de un producto en un mercado exterior, evaluando las características comerciales de los productos, líneas y gamas de productos.
- Diseñar políticas de precios y tarifas comerciales en un mercado exterior, analizando las variables que componen e influyen en el precio de un producto.
- Seleccionar la forma más adecuada de entrada en un mercado exterior, analizando los factores que definen la estructura de los canales de distribución en mercados internacionales.
- Determinar las acciones de comunicación comercial más adecuadas para la entrada en un mercado exterior, evaluando las posibles alternativas de comunicación y promoción internacional.
- Elaborar un plan de marketing internacional, seleccionando la información de base o briefing de productos y relacionando entre sí las variables de marketing mix.

## Esquema de contenidos:

---

- |   |   |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. Determinación de la oportunidad de entrada de un producto en un mercado exterior.</li><li>2. Diseño de políticas de precios y tarifas comerciales en un mercado exterior.</li><li>3. Selección de la forma más adecuada de entrada en un mercado exterior.</li></ol> | <ol style="list-style-type: none"><li>4. Determinación de las acciones de comunicación comercial más adecuadas en la entrada a un mercado exterior.</li><li>5. Elaboración de un plan de marketing internacional.</li></ol> |
|---|---|