



# Naturaleza del marketing internacional.

**Sku:** PH\_16B12C03

**Horas:** 13

**Formato:** HTML

## OBJETIVOS

- Conocer que son la OMC, FMI OCDE Y G20 y su papel en la globalización.
- Estudiar el ambiente macro económico. Realizar estudios del entorno de un país.
- Aprender el modelo de ventaja comparativa y modelo de Hecksher Ohlin. Ver que son barreras arancelarias, licencias de importación, medidas normalización, etc.

## OBSERVACIONES

- Con este contenido de curso profesional el alumno conocerá el marketing internacional en empresas de actividad logística, se abarcarán aspectos como la economía global, la naturaleza del marketing internacional y los beneficios del comercio internacional.

## CONTENIDOS

- **Unidad 1. Globalización.**
  - El proceso de globalización
  - Fuerzas impulsoras de la globalización
    - Impulso político e institucional
    - Avances tecnológicos en transportes y comunicaciones (TIC)
    - Liberalización de los flujos de capital
    - Consumidores globales (multiculturalismo)
    - Factores determinantes de la internacionalización empresarial
  - Ventajas y riesgos del proceso de globalización
  - Bloques regionales
    - La cooperación económica internacional
    - La integración económica

- **Unidad 2. Análisis del entorno.**

- Naturaleza del marketing internacional
- Marketing doméstico vs marketing internacional
- Bases generales para el análisis del entorno
- Ambiente macro económico
- Ambiente demográfico
- Ambiente cultural-social
- Ambiente político-legal
- Ambiente ecológico e infraestructuras

- **Unidad 3. Beneficios del comercio.**

- Teorías del comercio internacional
  - Modelo de la ventaja comparativa
  - Modelo de Hecksher Ohlin
- Hipótesis del ciclo de vida de un producto
- Instrumentos de política comercial
  - Políticas comerciales internacionales
  - Razones gubernamentales para establecer controles
  - Análisis coste-beneficio: arancel, subsidio y una cuota
  - Barreras arancelarias
  - Barreras no arancelarias
  - Licencias de importación
  - Normas de origen
  - Medidas de normalización
  - Normas fitosanitarias