



# GLOBALIZACIÓN Y MARKETING INTERNACIONAL

## Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

## Objetivos:

Explorar los elementos esenciales de los mercados globales y definir las estrategias empresariales de marketing en este ámbito.

## Contenidos:

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA ECONOMÍA GLOBAL

La globalización: causas, características y tendencias  
Nuevas bases de competitividad  
La OMC y las reglas del comercio internacional  
Organismos y entes internacionales  
Relocalización geográfica  
Integración económica

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EXPLORACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS GLOBALES

Metodología  
Fuentes de información  
Métodos de exploración  
Sistemas de análisis  
DAFO global

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Los escenarios globales



Fijación de estrategias  
Planes de trabajo globales  
Políticas de apoyo  
Cuadro de mando integral

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING Y COMERCIO EXTERIOR

Bases del Marketing global  
Introducción al comercio internacional  
Logística en la globalización  
Organización interna y externa