



**DOCTORADO DOCTRINAL  
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.

## CONTENIDO PROGRAMÁTICO.

### Desarrollo Doctrinal

- 001 Estudios Bíblicos 1
- 002 Estudios Bíblicos 2
- 003 Ética Profesional y Hermenéutica Cristiana 1
- 004 Ética Profesional y Hermenéutica Cristiana 2

### BLOQUE 1. VISION GENERAL DEL MARKETING

1. Investigación Marketing en un mundo cambiante.
  2. Investigación La planificación estratégica y el proceso de marketing.
  3. Investigación El marketing estratégico.
  4. Investigación Marketing creativo.
  5. Investigación Marketing en tiempos de recesión.
  6. Investigación Mercados masivos y mercados segmentados.
  7. Investigación marketing de última generación.
  8. Investigación Marketing de afiliación.
  9. Investigación Marketing de guerrilla.
  10. Investigación Marketing viral.
  11. Investigación Marketing.
  12. Investigación Marketing móvil.
  13. Investigación Marketing sociedad y ética.
- Investigación M.C. El marketing estratégico.
- Investigación M.C. Estrategias de mercadotecnia.
- Investigación M.C Guía para elaborar un plan de marketing.
- Investigación M.C. Las 22 leyes inmutables del marketing.
- Investigación M.C. Marketing de la experiencia.

### BLOQUE 2. MARKETING GLOBAL

1. Investigación Marketing global.
2. Investigación Mercados globales.
3. Investigación Mercados internacionales.
4. Investigación Mercadotecnia internacional.
5. Investigación Conquistando mercados internacionales.
6. Investigación Plan de marketing internacional.
7. Investigación Branding en tiempos de incertidumbre.

8. Investigación el posicionamiento a través de la matriz de compatibilización.
  9. Investigación Marketing efectivo
  10. Investigación marketing operativo
- Investigación M.C. el alcance de la estrategia de marketing internacional
- Investigación M.C. estrategias de marketing internacional en mercados emergentes.

### BLOQUE 3. NEGOCIOS INTERNACIONALES

1. Investigación Aspectos teórico prácticos en comercio internacional.
  2. Investigación Comercio internacional.
  3. Investigación Concepto de importaciones eficientes.
  4. Investigación Costos y negocios internacionales
  5. Investigación El cuadro de mando internacional
  6. Investigación Elementos esenciales en negocios internacionales.
  7. Investigación Empresa y comercio exterior.
  8. Investigación Factores de promoción del comercio internacional.
  9. Investigación glosario de negocios internacionales.
  10. Investigación la competitividad de un país.
  11. Investigación la gerencia de negocios internacionales.
  12. Investigación Los negocios internacionales como decisión estratégica.
  13. Investigación Negocios internacionales.
  14. Investigación Nuevo escenario de los negocios internacionales.
- Investigación M.C. Banco mundial doing business 2013.
- Investigación M.C. como utilizar las estadísticas de comercio internacional.
- Investigación M.C. Negocios internacionales un enfoque de administración estratégica.
- Investigación M.C. negociación internacional.

### BLOQUE 4. GLOBALIZACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

1. Investigación globalización y comercio internacional.
2. Investigación Marketing global.

3. Investigación Gerencia y globalización.
  4. Investigación Globalización y negocios internacionales.
  5. Investigación Globalización oportunidades y amenazas.
  6. Investigación Globalización y homogeneidad cultural.
  7. Investigación Globalización y nuevos esquemas empresariales.
  8. Investigación Gerencia social y ambiental responsabilidad social empresarial y negocios Internacionales y globalización.
  9. Investigación La corporación cosmopolita
  10. Investigación La globalización y su impacto en el mundo empresarial.
  11. Investigación El poder global de los mercados emergentes.
  12. Investigación Tecnologías limpias en un entorno empresarial global.
  13. Investigación La transformación de la banca global
  14. Investigación Fortalecimiento de la cooperación gubernamental con el sector privado en un entorno global.
  15. Investigación Cambios demográficos y fuerza de trabajo global.
- Investigación M.C .comercio internacional y Globalización.
- Investigación M.C .impacto de la globalización sobre la gestión de los negocios.
- Investigación M.C .la globalización.

## **BLOQUE 5.-**

Acceso libre al área de materiales audiovisuales (videos) relacionados con la materia de la maestría