



UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI

FACULTAT DE CIÈNCIES  
ECONÒMIQUES I EMPRESARIALS

Llicenciatura en Administració i Direcció  
d'Empreses  
Pla d'estudis de 1992

**16012237**  
**Gestió Comercial Internacional**  
**(4,5 crèdits)**

Llicenciatura en Administració i Direcció d'Empreses  
Pla estudis 1992  
Codi Assignatura: 16012237  
Nom Assignatura: Gestió Comercial Internacional  
Crèdits: 4.5

Objectius de l'assignatura i criteris d'avaluació

Treball pràctic  
Examen escrit

**Tema 1. ESTRUCTURA DEL COMERCIO INTERNACIONAL**

- 1.1** Crecimiento del comercio mundial
- 1.2** Teorías del comercio internacional
- 1.3** Competitividad
- 1.4** Organizaciones económicas

**Tema 2. EXPANSIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA**

- 2.1** Alternativas de expansión para la empresa
- 2.2** Etapas en el proceso de expansión internacional
- 2.3** La empresa multinacional

**Tema 3. MARKETING INTERNACIONAL CONCEPTOS BÁSICOS**

- 3.1** Definición de marketing internacional
- 3.2** Diferencias entre marketing internacional y nacional
- 3.3** Estrategia global y estrategia mult-doméstica
- 3.4** El plan de marketing internacional

## **Tema 4. ANÁLISIS DEL ENTORNO**

**4.1** Introducción

**4.2** Entorno económico

**4.3** Entorno cultural

**4.4** Entorno legal

**4.5** Entorno político

**4.6** Microentorno

## **Tema 5. INVESTIGACIÓN Y SELECCIÓN DE MERCADOS EXTERIORES.**

**5.1** Objetivos

**5.2** Etapas en la investigación

**5.3** Selección de mercados

**5.4** Fuentes de información

**5.5** Medidas de apoyo a la internacionalización

## **Tema 6. FORMAS DE ENTRADA EN MERCADOS EXTERIORES.**

**6.1** Exportación Indirecta

**6.2** Exportación Directa

**6.3** Exportación Concertada

**6.4** Producción en mercados exteriores

**6.5** Selección de formas de entrada

## Tema 7. SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO INTERNACIONALES

**7.1** Criterios de segmentación internacional

**7.2** Criterios para la definición del público objetivo

**7.3** Selección de la estrategia

**7.4** Posicionamiento global del producto

## Tema 8. POLÍTICA DE PRODUCTO.

**8.1** Atributos del producto en mercados exteriores

**8.2** Gestión internacional de productos

**8.3** Mix producto/mercado

## Tema 9. POLÍTICA DE PRECIO.

**9.1** Determinantes del precio

**9.2** Fijación de precios de exportación

**9.3** Condiciones de la operación

## Tema 10. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.

**10.1** Introducción

**10.2** Distribución comercial

**10.3** Distribución física

**10.3.1** Logística internacional

Tema 11. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.

11.1 Aspectos que influyen en la Comunicación Internacional

11.2 Técnicas de comunicación

11.3 Política de comunicación

Tema 12. PLANIFICACIÓN, ORGANIZACIÓN Y CONTROL.

12.1 Organización de la Empresa ante el Comercio Exterior

12.2 Planificación del Marketing Internacional

12.3 El control

12.3.1 Marketing Audit

Bibliografía Bàsica

- **Nieto Churruca, A.; Llamazares Garcia-Lomas, O.: Marketing Internacional. Ed. Piramide. Madrid 1995.**
- **ICEX: Comercio Exterior. Curso de especialistas. ICEX. Madrid.**
- **Bonache, J. y Cerviño, J.: Casos de multinacionales españolas I y II. Ed. Piramide. Madrid 1996.**
- **Díez Mier, M.: Tecnicas de comercio exterior I y II. Ed. Piramide. Madrid 1996.**
- **Mourir, P.; Didier, B.: Euromarketing. Edicions Gestió 2000, S.A. Barcelona 1990.**

\*\*\*\*\*