



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.**
