ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Marketing Internacional e Internacionalización de Pymes: Selección de Mercados y Plan de Exportación

4 ECTS | 100 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Adquiere las herramientas necesarias para liderar con éxito la expansión internacional de pequeñas y medianas empresas con este programa especializado que ofrecemos desde ICUFOR. En un contexto económico cada vez más globalizado, la internacionalización se ha convertido en una estrategia fundamental de crecimiento empresarial. Este curso te prepara para afrontar los retos del comercio exterior con una visión estratégica y operativa completa.

A lo largo de la formación, profundizarás en los fundamentos del marketing internacional, el análisis de entornos competitivos y culturales, así como en metodologías de investigación y selección sistemática de mercados.

Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos de la internacionalización y del marketing internacional, diferenciando los principales modelos teóricos y las estrategias de crecimiento aplicables a las pymes.

Dominar las técnicas de investigación de mercados internacionales, utilizando fuentes secundarias, métodos de investigación primaria y modelos de scoring multicriterio para la selección sistemática de mercados objetivo.

Diseñar el marketing mix internacional de la empresa, fundamentando las decisiones de producto, precio, distribución y comunicación en el análisis del dilema entre estandarización y adaptación.

Analizar el entorno internacional y diagnosticar la capacidad exportadora de la empresa, aplicando herramientas como PESTEL, las cinco fuerzas de Porter, los modelos culturales y el análisis DAFO internacional.

Identificar y clasificar las distintas estrategias de entrada en mercados exteriores, evaluando las ventajas e inconvenientes de cada modalidad según el perfil y los recursos de la pyme.

Conocer los aspectos operativos, financieros y legales del comercio internacional, distinguiendo los instrumentos de pago, los mecanismos de financiación, los Incoterms y los procedimientos aduaneros y logísticos aplicables a las operaciones de exportación.

Objetivos del curso

Elaborar un plan de exportación completo y viable para una pyme, integrando el diagnóstico interno, la selección del mercado objetivo, la estrategia de entrada, el plan de acción operativo, el presupuesto y el sistema de indicadores de seguimiento y control.

Desarrollar la capacidad de toma de decisiones estratégicas en contextos internacionales, aplicando de forma interrelacionada los conocimientos adquiridos a lo largo del curso mediante la resolución de casos prácticos y simulaciones de internacionalización empresarial.

Temario

01 Fundamentos de la internacionalización y del marketing internacional

1.1. Concepto y alcance del marketing internacional en el contexto económico global
1.2. Diferencias entre marketing doméstico, marketing internacional y marketing global
1.3. Teorías y modelos explicativos del proceso de internacionalización empresarial
1.4. La internacionalización como estrategia de crecimiento para las pequeñas y medianas empresas
1.5. Tendencias actuales y nuevos paradigmas en la internacionalización de pymes

02 Análisis del entorno internacional y diagnóstico de la capacidad exportadora de la empresa

2.1. Análisis del macroentorno internacional: factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos
2.2. Análisis del microentorno competitivo en mercados internacionales
2.3. El entorno cultural y su influencia en las decisiones de marketing internacional
2.4. Marco regulatorio multilateral y acuerdos comerciales internacionales
2.5. Diagnóstico interno de la capacidad exportadora de la pyme
2.6. Elaboración del análisis DAFO internacional como herramienta integradora del diagnóstico

Temario

03 Investigación de mercados internacionales y selección sistemática de mercados objetivo

3.1. Fundamentos y particularidades de la investigación de mercados internacionales
3.2. Fuentes de información secundaria para el análisis de mercados exteriores
3.3. Métodos y técnicas de investigación primaria en contextos internacionales
3.4. Criterios y variables para la preselección de mercados potenciales
3.5. Modelos y matrices de selección sistemática de mercados exteriores
3.6. Segmentación internacional y definición del público objetivo en mercados exteriores
3.7. Validación de la selección de mercados mediante estudios de campo y misiones comerciales exploratorias

Temario

04 Estrategias de entrada y modos de acceso a mercados exteriores

4.1. Tipología general de las estrategias de entrada en mercados internacionales
4.2. Exportación directa e indirecta como vías de acceso al mercado exterior
4.3. Acuerdos de cooperación y alianzas estratégicas internacionales
4.4. Inversión directa en el exterior como forma avanzada de internacionalización
4.5. Comercio electrónico transfronterizo y marketplaces internacionales como nuevos canales de acceso
4.6. Criterios para la selección del modo de entrada más adecuado según el perfil y los recursos de la pyme

Temario

05 Marketing mix internacional: adaptación y estandarización de la oferta comercial

5.1. El dilema estratégico entre estandarización y adaptación en marketing internacional
5.2. Política internacional de producto: decisiones de adaptación técnica, regulatoria y cultural
5.3. Política internacional de precio: determinación y estrategias de fijación en mercados exteriores
5.4. Política internacional de distribución y gestión de canales comerciales
5.5. Política internacional de comunicación y promoción comercial
5.6. Construcción y gestión del posicionamiento de marca en mercados internacionales
5.7. Integración y coherencia del marketing mix internacional

Temario

06 Aspectos operativos, financieros y legales del comercio internacional

6.1. Logística internacional y gestión de la cadena de suministro en operaciones de exportación
6.2. Régimen aduanero y operativa de comercio exterior
6.3. Los Incoterms como marco regulador de las obligaciones en la compraventa internacional
6.4. Instrumentos y medios de pago en el comercio internacional
6.5. Financiación de operaciones de comercio exterior para pymes
6.6. Contratación internacional y marco jurídico aplicable a las operaciones de exportación
6.7. Aspectos de fiscalidad internacional aplicados a operaciones de exportación e importación

Temario

07 Diseño, elaboración y ejecución del plan de exportación

7.1. El plan de exportación como herramienta estratégica central del proceso de internacionalización
7.2. Estructura general y contenidos fundamentales del plan de exportación
7.3. Análisis de la situación de partida: integración del diagnóstico interno y del mercado objetivo
7.4. Definición de la estrategia de internacionalización y formulación de los objetivos del plan
7.5. Plan de acción operativo: cronograma de actividades, recursos necesarios y asignación de responsabilidades
7.6. Presupuesto de exportación y análisis de viabilidad económico-financiera del proyecto internacional
7.7. Sistema de indicadores de seguimiento, control y evaluación del plan de exportación
7.8. Caso práctico integrador: simulación guiada de elaboración de un plan de exportación completo para una pyme

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 4 créditos ECTS y 100 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate **Más información**



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06

Contenidos actualizados

Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07

El curso, por escrito

Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08

Autónomo, pero acompañado

Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09

Enseñanza adaptada

Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10

Estudio sencillo e intuitivo

Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

