FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Referencia: ONV2CT2232
Nombre: Política de precio en el marketing internacional
Duración: 15 horas
Modalidad: Teleformación

Objetivos:

Explicar las diferentes estrategias de precios internacionales e identificar los métodos de fijación de precios adecuados a cada una de esas estrategias. Identificar las fuentes de datos que proporcionan información sobre los precios de la competencia en un mercado exterior.

Contenidos:

1. Análisis de la variable «precio» como instrumento del marketing internacional.

2. Estandarización/adaptación de precios internacionales.

3. Factores que influyen en la determinación de precios internacionales.

4. Análisis de rentabilidad.

5. Estrategias de precios.

6. Cotización de precios internacionales.