INICIACIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL

SKU: PD74

OBJETIVOS

Objetivos Generales

- Dotar de las herramientas necesarias para iniciarse en los mercados exteriores.
- Conocer los pasos necesarios para encontrar un mercado y exportar.

Objetivos Específicos

- Conocer las principales ideas de la internacionalización.
- Identificar y analizar las capacidades internas de su empresa de cara a la internacionalización.
- Conocer los pros y los contras de la internacionalización empresarial y de sus modos.
- Conocer las variables de estudio a la hora de elegir el mercado de destino.
- Aprender a buscar y analizar la información referente a los mercados internacionales.
- Conocer los distintos organismos e instrumentos de apoyo a la internacionalización empresarial.
- Conocer las herramientas de marketing mix: Producto, precio, mercado y promoción.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Unidad 1: La internacionalización empresarial.

- La internacionalización de la empresa; un reto, un riesgo, una necesidad.
- Concepto de internacionalización empresarial.
- Características del proceso de internacionalización empresarial.
- Razones internas para la internacionalización.

- Razones externas para la internacionalización.
- ¿Qué es exportar?
- ¿Pueden exportar todas las pymes?
- ¿Por qué exportar?
- Diagnóstico de arranque a la internacionalización.
- Las diferencias en los mercados

Unidad 2: Selección de mercados exteriores.

- ¿Qué factores analizar en los mercados investigados?
- Análisis y características de la información.
- Métodos de investigación.
- Selección de la información.
- Etapas de la investigación

Unidad 3: Fuentes de información de mercados exteriores.

- ICEX
- Otros recursos de información a la exportación.
- Directorio de empresas e importadores

Unidad 4: Instrumentos de apoyo a la internacionalización.

- Instituciones y administraciones.
- Mecanismos de apoyo desde las administraciones públicas.
- Cámaras de comercio y asociaciones empresariales

Unidad 5: Principales formas de entrada en los mercados exterior.

- Factores que inciden en la forma de entrada.
- Principales formas de entrada.
- Selección de las formas de entrada

Unidad 6: Introducción al marketing-mix internacional.

- Producto
- Precio
- Distribución.
- Promoción.
- Plan de marketing internacional.
- Casos de éxito.