



Curso Online de **Estrategias Competitivas para la Internacionalización** y detección de oportunidades en mercados extranjeros

Claves para seleccionar el mercado más adecuado y diseñar la mejor estrategia de entrada.


Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación

 MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp
(34) 601615098

Estrategias Competitivas para la Internacionalización y detección de oportunidades en mercados extranjeros

Presentación

En los actuales entornos VUCA, es importante en primer lugar detectar cuáles son las ventajas competitivas de nuestro producto, cuál es nuestro público objetivo y cómo monetizar dichas ventajas. Debemos definir de la manera más clara posible cuáles de nuestras fortalezas son difícilmente replicables por la competencia y que, por tanto, van a constituir nuestro caballo de Troya a medio y/o largo plazo.

En este curso reflexionaremos sobre las principales fuerzas potenciales contrarias, qué nos vamos a encontrar en los mercados objetivos y cómo nos vamos a diferenciar, para así, encontrar nuestro nicho de mercado, además de constatar que los mercados evolucionan y cómo nos podemos adaptar a nuevas dinámicas.

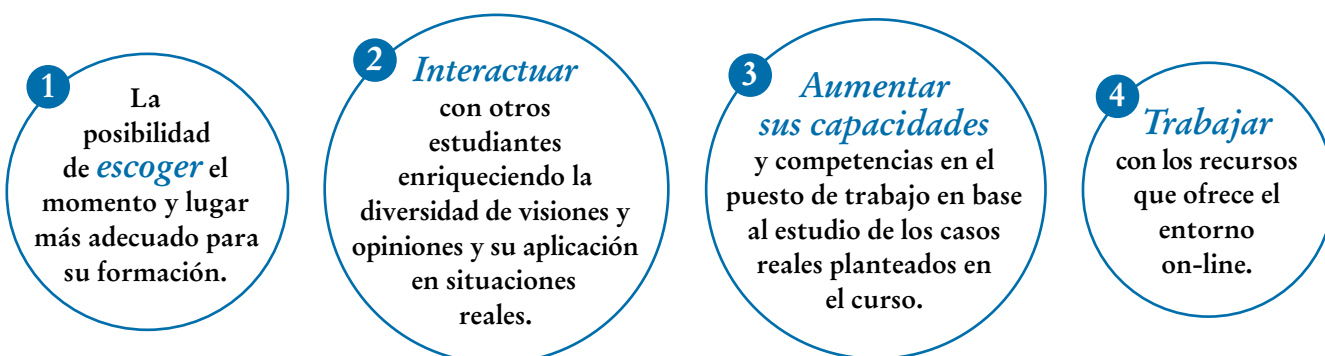
A continuación, repasaremos los principales acuerdos económicos regionales y su impacto arancelario y como nos pueden afectar o beneficiar como exportadores.

Por último, elegiremos un mercado objetivo y recopilaremos datos relevantes para analizar sus principales fortalezas económicas, profundizaremos con un análisis sectorial y acabaremos definiendo el posicionamiento de las marcas (competencia directa), además de monitorizar nuestro grado de penetración para acabar de definir la estrategia de precios y los canales de distribución y resaltaremos la importancia de hacer ejercicios de observación y valoración de los puntos de venta objetivos a través, entre otros, de la figura del “mystery shopper”.

La Formación E-learning

Con más de 35 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:



Estrategias Competitivas para la Internacionalización y detección de oportunidades en mercados extranjeros

Objetivos del curso:

- Establecer un método analítico para detectar recursos estratégicos y ventajas competitivas en la internacionalización de nuestra empresa.
- Saber analizar, tanto el mercado como la competencia, para tener en cuenta todos los elementos que son indispensables a la hora de decidir invertir en mercados internacionales.
- Adquirir herramientas para dictaminar la idoneidad de un mercado y la viabilidad de nuestra propuesta.
- Entender bien la diferencia que suponen en el comercio internacional los aranceles y los impuestos.
- Detectar las principales barreras comerciales en los mercados exteriores y definir nuestro grado de penetración en los mercados.
- Comprender la importancia que para una empresa supone el analizar la cuota de mercado a la hora de proporcionarle una clara visión sobre su posición competitiva dentro de su sector, así como el servirle como herramienta estratégica para la toma de decisiones.

“ Domine cómo detectar y aprovechar oportunidades en los mercados internacionales ”

Dirigido a:

- Directores generales, responsables de expansión e internacionalización.
- Directores y técnicos de exportación, marketing internacional y desarrollo de negocio.
- Directores financieros y responsables estratégicos que participan en la toma de decisiones sobre inversiones en el exterior.
- Emprendedores y empresarios que buscan diversificar y abrir sus productos o servicios a nuevos mercados internacionales.

Estrategias Competitivas para la Internacionalización y detección de oportunidades en mercados extranjeros

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 30 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

5 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Estrategias Competitivas para la Internacionalización y detección de oportunidades en mercados extranjeros

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Estrategias de competitividad para la internacionalización

6 horas

- 1.1. Tomar decisiones desde un método analítico.
- 1.2. Los factores de rentabilidad:
 - 1.2.1. Rentabilidad y ventaja competitiva:
 - 1.2.1.1. Internacionalizar desde las ventajas competitivas.
- 1.3. Delimitar los mercados relevantes:
 - 1.3.1. Quién/qué/cómo – las preguntas clave.
 - 1.3.2. El mapa perceptual.
- 1.4. Oportunidades de desarrollo internacional vs costes:
 - 1.4.1. Las herramientas para exportar.
 - 1.4.2. Clasificar los mercados por atractivo.
- 1.5. Conclusiones.
- 1.6. Ejemplos prácticos.

MÓDULO 2. El mercado y la competencia

6 horas

Con las herramientas digitales que existen ahora mismo, es cada vez más accesible una información de calidad sobre mercados de destino. Antigamente las empresas recurrían a entidades financieras que facilitaban estudios de mercado, informaban sobre empresas en proceso de venta o, a veces, ponían a la empresa en contacto con algún distribuidor de su conocimiento. En un mundo cada vez más permeable a las altas finanzas y a los cambios geopolíticos, la economía real está también en constante evolución. Por ello, tenemos que tomar en cuenta, no sólo la morfología del mercado, sino también las fuerzas que actúan en él.

- 2.1. El estudio preliminar.
- 2.2. Las 5 fuerzas de Porter:
 - 2.2.1. La teoría del juego.
- 2.3. Revertir posiciones estratégicas:
 - 2.3.1. Modelos de gestión del cambio.
 - 2.3.2. Tipología de cambios.
 - 2.3.3. Diseñar una estrategia Blue Ocean.

Estrategias Competitivas para la Internacionalización y detección de oportunidades en mercados extranjeros

2.4. Atractivo de mercados vs compatibilidad de nuestra empresa.

MÓDULO 3. Proteccionismos y barreras de entrada

6 horas

- 3.1. Proteccionismo y barreras comerciales.
- 3.2. Los acuerdos comerciales regionales (ACR).
- 3.3. El impacto de los aranceles.
- 3.4. Atractivo vs regulaciones técnicas.
- 3.5. Mercado total y cuotas de mercado:
 - 3.5.1. Cuota de mercado absoluta y relativa.
 - 3.5.2. Cuotas de mercado y fuerzas competitivas.

MÓDULO 4. Estudio de mercado

6 horas

- 4.1. Analizar el país por su potencial objetivo:
 - 4.1.1. Recopilar datos clave.
 - 4.1.2. Elaborar una ficha país.
- 4.2. Información sectorial.
- 4.3. Canales de distribución.
- 4.4. Segmentación del mercado por tipo de producto.
- 4.5. Segmentación del mercado por precio.
- 4.6. Posicionar la marca.
- 4.7. Mystery Shopping – analizando puntos de venta.

MÓDULO 5. Métodos de investigación: oportunidades en el exterior y su viabilidad

6 horas

- 5.1. Métodos de investigación: oportunidades en el exterior y viabilidad.
- 5.2. Tamaño del mercado y evolución de cuotas de mercado.

Estrategias Competitivas para la Internacionalización y detección de oportunidades en mercados extranjeros

5.3. Factores económicos y políticos:

5.3.1. Análisis Pestel.

5.3.2. Análisis cartera de negocios (según Ford).

5.4. Control basado en objetivos estratégicos y financieros.

5.5. Estrategias de marketing:

5.5.1. Madurez del producto.

5.5.2. Estrategia desarrollo de marca.

5.5.3. Modos para entrar en mercados exteriores.

5.5.4. El modelo de Uppsala.

5.5.5. Factores que influyen sobre el tipo de distribución.

5.6. Test de viabilidad.

Estrategias Competitivas para la Internacionalización y detección de oportunidades en mercados extranjeros

Autor



Enrique Álvarez Calvo

Profesional con amplia experiencia liderando departamentos de exportación dentro del sector industrial, con habilidades en marketing estratégico, estudios de mercado, desarrollo de producto, conocimiento de los mercados internacionales y visión estratégica, entre otros.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

