

PLANES DE FORMACIÓN DIRIGIDOS PRIORITARIAMENTE A TRABAJADORES OCUPADOS

PROGRAMA DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA: PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN DE NEGOCIOS

Denominación: PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN DE NEGOCIOS

Objetivo General: Elaborar un plan específico en marketing internacional para la propia empresa de aquella persona que quiera internacionalizar su negocio.

Duración: 25 horas

1. CONTENIDOS FORMATIVOS:

1. LAS TRES PERSPECTIVAS COMPETITIVAS

- 1.1. Mercado y competencia.
- 1.2. Capacidades y competencias.
- 1.3. Value Innovation.

2. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

- 2.1. El Plan de Internacionalización.
- 2.2. Mercados internacionales: selección y formas de acceso.
- 2.3. Marketing Mix internacional.
- 2.4. Gestión de marcas internacionales.

3. POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO EN LA INTERNACIONALIZACIÓN

- 3.1. Tendencias globales.
- 3.2. El atractivo de mercado. Los grupos estratégicos.
- 3.3. La caracterización de la empresa propia.
- 3.4. Las capacidades dinámicas.
- 3.5. El liderazgo y otras opciones.
- 3.6. Definición de la estrategia.

4. APLICACIONES PRACTICAS DE MARKETING

- 4.1. Elementos de Marketing Mix.
- 4.2. La política del producto.
- 4.3. La política del precio.
- 4.4. La política de promoción.
- 4.5. La política de distribución.

5. LA ESTRATEGIA EN LA PRÁCTICA

- 5.1. El portafolio de iniciativas.
- 5.2. Canales de venta.
- 5.3. Los modelos organizativos.
- 5.4. El reto logístico.
- 5.5. Casos de éxitos y fracasos del marketing internacional.