
APRENDE CÓMO ACCEDER A LOS
MERCADOS
INTERNACIONALES

Aprende cómo acceder a los mercados internacionales



Modalidad

Online



Idioma

Español



Competencias ICEX

Gestión de canal (M4)



Duración

5 horas

Dirigido a



Profesionales, empresarios/as o directivos/as de empresas y personas emprendedoras de cualquier sector interesadas en conocer el entorno internacional.



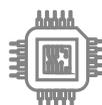
Profesionales con vocación internacional.

Requisitos técnicos



SOFTWARE:

- Navegador: Microsoft Edge, Mozilla Firefox o Chrome actualizados
- Resolución de pantalla: 1280 x 720 (mínima)
- Acrobat Reader 8 o superior (recomendado)
- Conexión a Internet



HARDWARE:

- Memoria RAM 4Gb o 8Gb (recomendado)
- Tarjeta de sonido

¿QUÉ SE PRETENDE CONSEGUIR?

OBJETIVOS GENERALES

Distinguir las diferentes alternativas que tiene la empresa para acceder a mercados exteriores, así como las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas.



Determinar los productos de la empresa más adecuados para la internacionalización y las adaptaciones que hay que realizar para su venta en mercados.



Identificar las variables que impactan el posicionamiento de la empresa en el mercado exterior.



PROGRAMA Y EVALUACIÓN



METODOLOGÍA

Este curso está formado por varios bloques didácticos. En ellos se encontrará información teórica presentada en diferentes formatos multimedia (vídeos, infografías, animaciones, interacciones...), ejercicios prácticos (cuestionarios, relacionar conceptos, verdadero falso...) y casos prácticos (reflexión, encuesta, opinión...).

Para completar el aprendizaje, también se ofrece documentación adicional de interés (enlaces externos, vídeos, glosarios...).



PROGRAMA

1. INTRODUCCIÓN A LOS MODOS DE ENTRADA (ME) EN EL EXTERIOR
 - 1.1 Internacionalización y forma de entrada: distintas teorías
2. EL MODO DE ENTRADA COMO PRE-DISTRIBUCIÓN
3. ALTERNATIVAS DE MODOS DE ENTRADA
4. EXPORTACIÓN INDIRECTA
 - 4.1 *Trading companies*
 - 4.2 Venta a importadores en origen
 - 4.3 Agente comercial
 - 4.4 Distribuidor, importador y mayorista
5. EXPORTACIÓN DIRECTA
 - 5.1 Internet / *marketplaces*
 - 5.2 Venta directa a grandes detallistas
 - 5.3 Venta directa a cliente final
6. ACUERDOS DE COOPERACIÓN (*PARTNERSHIPS*)
 - 6.1 *Piggyback*
 - 6.2 Consorcios de exportación
 - 6.3 Licencia
 - 6.4 Franquicia: máster franquicia y franquicia directa
 - 6.5 La internacionalización a través del canal tiendas propias-franquicias: la expansión en red de núcleo y radio (*hub and spoke network expansion*)
 - 6.6 Alianzas estratégicas internacionales, *joint ventures* y *consortia*
7. IMPLANTACIÓN EN EL EXTERIOR
 - 7.1 Delegación comercial
 - 7.2 Filial comercial
 - 7.3 Filial de producción
8. SELECCIÓN DEL MODO DE ENTRADA



EVALUACIÓN

El objetivo de la evaluación será garantizar el cumplimiento de los objetivos generales y específicos del curso.

La evaluación del curso consta de 1 cuestionario final que se realizará a través de la plataforma de formación. Este cuestionario tendrá 10 preguntas y se habilitará únicamente cuando se visualice todo el contenido del curso. Para resolverlo, se dispondrá de tres intentos y tiempo ilimitado, necesitando un 80% de aciertos para aprobar.



VALORACIÓN DEL CURSO

Al finalizar el curso se habilitará una encuesta de satisfacción.



CRITERIOS DE SUPERACIÓN

Para dar por superada la formación será necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Visualizar todos los contenidos teóricos.
- Tener superada la prueba de evaluación (tener al menos 8 respuestas correctas de las 10 preguntas planteadas).
- Responder a la encuesta de satisfacción.