



Selección de mercados exteriores

Sku: 1846EC

Horas: 10

OBJETIVOS

- Proporcionar una visión integrada y global de la dirección general y el rol de la empresa en su entorno más amplio.
- Ampliar el campo de la visión de la mera integración funcional y operativa de la empresa a una concepción de la misma como sistema integrado en una realidad de cambio rápido y complejo.

CONTENIDOS

1. Introducción 2. Vías de internacionalización orientadas al cliente 3. Cuestiones previas a la selección de mercados 3.1. Concentración y diversificación 3.2. Adaptación y estandarización 3.3. Ciclo de vida del producto 4. El proceso de selección de mercados 4.1. Preselección de mercados 4.2. Profundización 4.3. Selección de mercados objetivo 5. Realización de la selección