



COMM054PO. Plan de internacionalización de negocios.

Sku: PS801

Horas: 25

OBJETIVOS

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

CONTENIDOS

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