

CONTENIDOS

La materia Análisis de Mercado se divide en tres grandes temas, a saber:

• El Mercado Exterior:

- Acceso y elección de mercado o mercados exteriores.
- Recursos en local. Consejerías Comerciales, Consultores, Socios Locales.
- Ayudas a la internacionalización por mercados o sectores.
- Implicaciones en cada mercado: Políticas, Legales, Fiscales, Financieras.
- Plan de acción: Recursos internos y externos.
- Seguimiento e implicación en toma de decisiones correctivas.
- Crecimiento y nuevos objetivos: Expansión.

• Dirección Comercial y Marketing Internacional:

- Conocer y saber aplicar en empresas y organizaciones los conceptos y técnicas de marketing internacional.
- Realizar investigaciones de mercados internacionales.
- Adaptar las estrategias del marketing local al mercado global.
- Contrastar diferentes experiencias y casos prácticos empresariales de marketing internacional.
- Conocer la metodología para evaluar la oportunidad o no de expansión internacional
- Diseñar y desarrollar las estrategias de marketing para la introducción en un nuevo mercado internacional.
- Analizar el impacto de las Nuevas Tecnologías en la empresa y en la toma de decisiones de marketing internacional.
- Diseñar y desarrollar un plan de marketing internacional.

• Comercio Electrónico:

- Tendencias e insights del ecommerce a nivel internacional y a nivel nacional.
- Claves para desarrollar con éxito un proceso de implementación de un ecommerce.
- Generación de tráfico de calidad.
- Plataformas de ecommerce.
- Cómo generar una experiencia de compra on-line positiva. UX + Usabilidad.

- Plataforma de pago on-line.
- Cómo gestionar y optimizar la reputación de marca on-line.
- KPY y Dashboard.
- Mobile Commerce.

Por su parte, la asignatura Estrategia Internacional se compone de los contenidos que a continuación se indican:

• Estrategias de Negocios Internacionales:

- Diagnóstico de las variables internas para la adecuación del modelo estratégico de internacionalización según las particularidades de la empresa y sus bienes y/o servicios.
- Análisis económico y de mercado para el diseño de estrategias de acceso adaptadas al bien o servicio. Adaptaciones voluntarias u obligatorias.
- Barreras culturales, diferencias de clases y estrategias.
- Exportación o importación versus internacionalización: pasos a seguir.
- Análisis del público objetivo: gestión de objetivos entre cliente final y cliente real.
- Claves para el control final de la operación: particularidades del mercado y negociación internacional.
- Claves para la dirección estratégica en un proyecto internacional.
- Dirección de equipos de alto rendimiento.
- Claves para el diseño y dirección del Business Plan Internacional.

• Consultoría Estratégica:

- La internacionalización como un proyecto estratégico: cómo dirigirlo y gestionarlo.
- Planificación y Selección de Mercados Internacionales.
- Proveedores, clientes, competidores y marco regulatorio y cómo afecta en el proceso de internacionalización.
- Examen interno de la empresa por procesos que permita conocer sus debilidades y fortalezas.
- Estrategia y fuentes de información.
- La Propiedad Intelectual como herramienta de internacionalización.

• **Internacionalización de Empresas:**

- La empresa Española: Diferencias entre la empresa española y la internacional
- Consecuencias de la ampliación de la UE en las PYMES.
- Evolución de las Empresas Internacionales. Las Nuevas empresas internacionales.
- El Departamento Internacional.

• **Organismos multilaterales:**

- Instituciones Financieras Multilaterales: Quiénes son, dónde están, cómo funcionan y qué ofrecen.
- Cómo establecer una estrategia dentro de la empresa para identificar licitaciones, prepararlas y darles seguimiento.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Ser capaz de utilizar las distintas fuentes de información (bases de datos públicos o privadas y de ámbitos nacional e internacional) como una herramienta clave del proyecto de internacionalización.
- Capacidad para ejecutar planes de comunicación efectiva, tanto interna como externa, necesarios para la dirección de un plan de negocio internacional.
- Ser capaz de plantear estrategias de negocio rentables y sostenibles en el tiempo.
- Capacidad para diseñar y dirigir estrategias comerciales y de marketing que optimicen la satisfacción del cliente y alcanzar los objetivos marcados en el plan de negocio internacional.
- Ser capaz de definir misión y objetivos estratégicos teniendo en cuenta los factores que impactan en el comercio internacional.
- Habilidad para aplicar las estrategias MIX de Marketing en el ámbito internacional adaptadas a las particularidades de cada mercado.
- Ser capaz de dirigir equipos en la ejecución y control de proyectos internacionales de la organización empresarial.
- Conocimiento sobre las últimas soluciones tecnológicas aplicadas a la gestión del comercio internacional, como son: sistemas de comunicación, sistemas de gestión y e-commerce.