

Marketing internacional (la internalización)

Modalidad: curso e-Learning Duración: 7 horas

Categorías: Administración y gestión

OBJETIVOS

Conocerla internalización de la empresa, la investigación, selección, tamaño y potencial de mercados, para buena internalización de la empresa.

CONTENIDOS

1. La internalización de la empresa
 - 1.1 Motivos para la internalización
 - 1.2 Proceso para tomar la decisión de la internalización
 - 1.3 Análisis DAFO: significado
 - 1.3.1 Análisis de las capacidades de la empresa
 - 1.3.2 Diagnóstico del potencial exportador
2. La investigación internacional de mercados
 - 2.1 Definición de la investigación de mercados
 - 2.2 Planteamiento del problema y los objetivos de la investigación
 - 2.3 Investigación de gabinete (desk research o investigación secundaria)
 - 2.3.1 Cuestiones para determinar los requerimientos de información
 - 2.3.2 Instrumentos de información secundaria
 - 2.4 Investigación primaria (de campo)
 - 2.4.1 Fuentes de datos primarios
 - 2.4.2 Selección del método de recopilación de datos
 - 2.4.3 La presentación de los resultados
3. Análisis y selección de los mercados destino
 - 3.1 Método de evaluación país-destino
 - 3.2 Tamaño y potencial del mercado
 - 3.3 Infraestructura de servicios
 - 3.4 Análisis del microambiente en los mercados destino
 - 3.5 Grado de rivalidad entre los competidores existentes
 - 3.5.1 Rivalidad entre los competidores existentes
 - 3.5.2 Poder de negociación con los clientes
 - 3.5.3 Poder de negociación con los proveedores
 - 3.5.4 Amenaza de sustitución

3.5.5 Amenaza de nuevos entrantes