

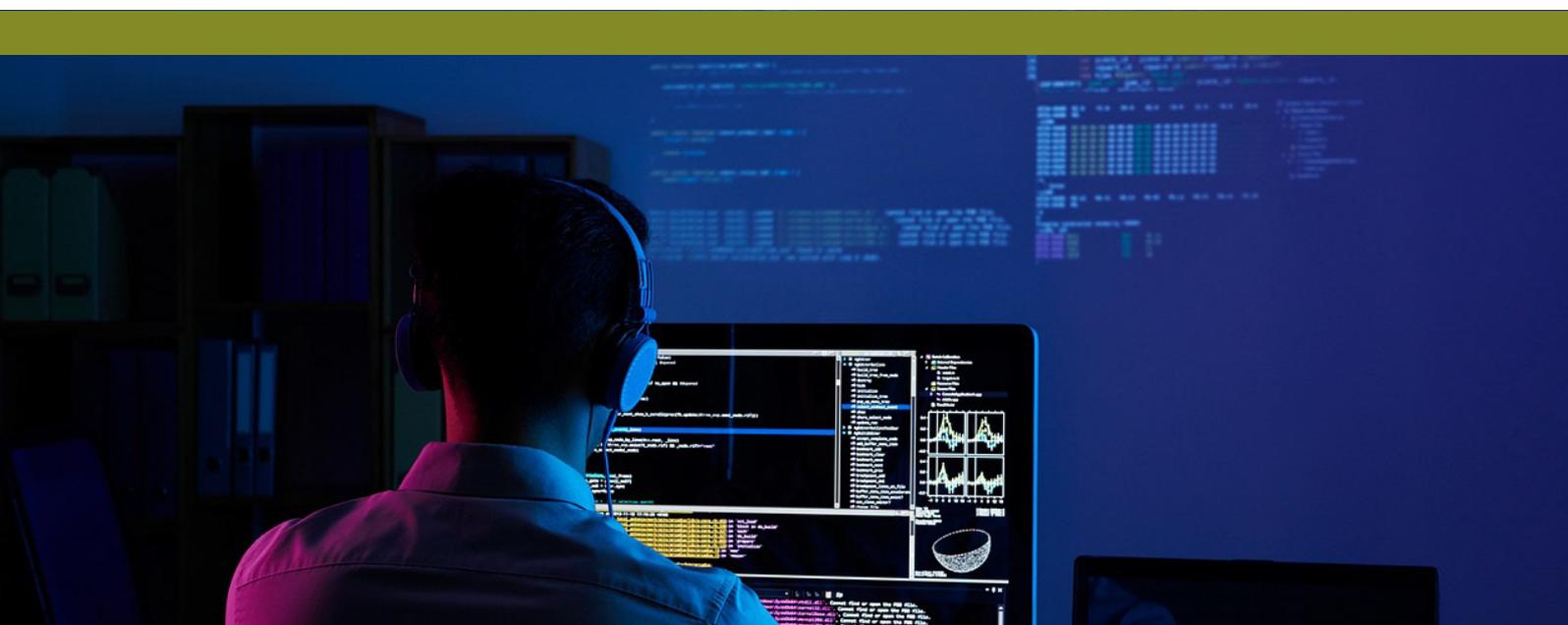


PROGRAMA CURSO ONLINE

Competidores y Potenciales Socios en Mercados Internacionales



Para empresas del ámbito sectorial de Servicios a empresas



Competidores y Potenciales Socios en Mercados Internacionales



Modalidad
Teleformación



Duración
30 horas



Formación
gratuita



Matricula
abierta
A partir de
enero 2025

Objetivo

Desarrollar las competencias y conocimientos necesarios para identificar, analizar y evaluar a los competidores en el mercado, así como para buscar y seleccionar socios estratégicos que potencien las oportunidades de negocio, mejoren la competitividad y fomenten el crecimiento de la organización.

Dirigido a

Profesionales de empresas del ámbito sectorial de servicios a empresas.

Aunque no hay restricciones, está especialmente pensado para:

- ✓ Puestos gerenciales, técnicos y/o administrativos
- ✓ De las siguientes áreas: Dirección, Área comercial y/o internacional, Áreas técnicas

¿Sabes quiénes son los aliados clave y los competidores que podrían impulsar o frenar el crecimiento de tu negocio en un mercado?

Descubre cómo identificarlos estratégicamente en nuestro curso especializado.

Con el curso **“Competidores y potenciales socios en mercados internacionales”** podrás desarrollar las competencias y adquirir los conocimientos necesarios para identificar, analizar y evaluar a los competidores en el mercado, así como para buscar y seleccionar socios estratégicos que potencien las oportunidades de negocio, mejoren la competitividad y fomenten el crecimiento de la organización. En el curso se obtiene conocimiento sobre cómo identificar cuáles son los competidores en un mercado, en el subsector al que pertenece la empresa, y cuáles son las herramientas y fuentes que se pueden emplear para acceder a información sobre la competencia. Asimismo, conocerás los tipos de alianzas estratégicas, podrás adquirir las habilidades prácticas necesarias para buscar y establecer relaciones efectivas con socios en diferentes contextos para las diferentes vías de internacionalización.

Programa

MÓDULO 1

Análisis De La Competencia Internacional

- 1.1. Definición e importancia del análisis de la competencia internacional.
- 1.2. Tipos de competencia.
 - 1.2.1. Definición de los diferentes tipos de competencia
 - 1.2.2. Análisis de las 5 fuerzas de Porter.
- 1.3. Herramientas y métodos de análisis competitivo.
 - 1.3.1. Análisis dafo en relación con la competencia
 - 1.3.2. Análisis de benchmarking: comparación de servicios con los de los competidores líderes
 - 1.3.3. Matriz de análisis de competidores.
- 1.4. Kpis y fuentes de información para la identificación y análisis.
 - 1.4.1. Kpis relevantes para el análisis
 - 1.4.2. Fuentes de información sobre competidores
- 1.5. Desarrollo e implementación de estrategias competitivas.
 - 1.5.1. Definición de estrategias competitivas
 - 1.5.2. Involucrar a toda la empresa
 - 1.5.3. Inversión en tecnología y marketing
 - 1.5.4. Monitoreo y ajuste de la estrategia

MÓDULO 2

Cómo Elegir Socios Para La Internacionalización

- 2.1. Necesidades estratégicas que pueden ser cubiertas mediante asociaciones.
 - 2.1.1. Alianzas para el canal privado
 - 2.1.2. Alianzas para el canal público
 - 2.1.3. Alianzas para la innovación
 - 2.1.4. Alianzas para generar networking o posicionamiento
- 2.2. Tipología de socios
 - 2.2.1. Consorcio con empresas internacionales
 - 2.2.2. Ute (unión temporal de empresas)
 - 2.2.3. Consorcios con socio local
 - 2.2.4. Subcontratistas nominados
 - 2.2.5. Joint venture
- 2.3. Claves prácticas del proceso de selección de socios y negociación.
 - 2.3.1. Etapas en el proceso de selección de socios
 - 2.3.2. Recomendaciones en la negociación