



PROGRAMA CURSO ONLINE

Inteligencia De Mercados Para Empresas Creativas



Para empresas del ámbito
sectorial de Información,
Comunicación & Artes Gráficas



Inteligencia De Mercados Para Empresas Creativas



Modalidad
Teleformación



Duración
35 horas



Formación
gratuita



Matricula
abierta
A partir de
enero 2025

Objetivo

Adquirir conocimiento práctico para llevar a cabo la selección de mercados prioritarios más adecuados para los productos y servicios con los que operan las pymes del ámbito sectorial Información, comunicación y artes gráficas.

Dirigido a

Profesionales de empresas del ámbito sectorial de Información, Comunicación & Artes Gráficas.

Aunque no hay restricciones, está especialmente pensado para:

- ✓ Puestos gerenciales, técnicos y/o administrativos
- ✓ De las siguientes áreas: Dirección, Área comercial y/o internacional, Área de operaciones, Área financiera.

¿Quieres impulsar el crecimiento de tu empresa creativa? Aprende a usar la inteligencia de mercados para decisiones estratégicas.

En el curso de **Inteligencia De Mercados Para Empresas Creativas** conocerás como llevar a cabo la selección de mercados prioritarios más adecuados para los productos y servicios con los que operan las pymes del ámbito sectorial Información, comunicación y artes gráficas.

Podrás adquirir conocimientos sobre cómo realizar un proceso de inteligencia de mercado que le permita a la empresa abordar la recopilación, análisis e interpretación de datos e información para la selección de mercados considerando la diversidad de este ámbito sectorial.

Asimismo, podrás conocer los grandes grupos de criterios en los que basar la selección de mercados; criterios macroeconómicos y criterios sectoriales, considerando la categoría de la oferta exportable (bienes o servicios) y el sector específico de actividad. Por último, podrás conocer los pasos de la metodología de selección de mercados y cómo aplicar la herramienta de selección de mercados en la operativa diaria de las empresas en su proceso de internacionalización y cómo definir estrategias por mercado

Programa

MÓDULO 1

Inteligencia De Mercado Sector Cultural Y Creativo

- 1.1. Introducción al contexto sectorial
- 1.2. Componentes clave de la inteligencia de mercados

MÓDULO 2

Criterios De Selección

- 1.1. Criterios Macroeconómicos
- 1.2. Criterios Microeconómicos

MÓDULO 3

Herramienta De Selección De Mercados

- 3.1. Etapa 1: identificación de información macroeconómica y sectorial disponible.
- 3.2. Etapa 2; filtros en selección de mercados.
- 3.3. Etapa 3; homogeneización de variables.
- 3.4. Etapa 4; asignación de valor y ponderación de variables.
- 3.5. Etapa 5; matriz de países y selección de mercados PRIORITARIOS.

MÓDULO 4

Próximos Pasos: Estudio De Mercados Objetivo Y Estrategia Por Mercado

- 4.1. Estudio de los mercados objetivo
 - 4.1.1. Datos generales
 - 4.1.2. Perfil de país
 - 4.1.3. Aspectos económicos más importantes
 - 4.1.4. Características del país
 - 4.1.5. Relaciones bilaterales con España
 - 4.1.6. Balanza comercial España – país de destino
 - 4.1.7. Negociar en el país de destino
 - 4.1.8. El mercado de productos en el país de destino
 - 4.1.9. Condiciones acceso al mercado: requisitos de exportación
 - 4.1.10. Aproximación a la formación del precio
- 4.2. Estrategia de internacionalización por mercado objetivo (planes de integrales de desarrollo de mercado).
 - 4.2.1. Establecimiento de objetivos por mercado
 - 4.2.2. Definición de la oferta exportable
 - 4.2.3. Segmentación de clientes, posicionamiento de la oferta y modo de entrada
 - 4.2.4. Plan de acción