



PROGRAMA CURSO ONLINE

Priorización de Mercados Exteriores



Para empresas del ámbito sectorial de Comercio y Marketing



Priorización de Mercados Exteriores



Modalidad
Teleformación



Duración
34 horas



Formación
gratuita



Matricula
abierta
A partir de
enero 2025

Objetivo

El objetivo es adquirir conocimiento práctico para llevar a cabo la selección de mercados prioritarios más adecuados según los productos que comercializan las pymes del ámbito sectorial Comercio y marketing.

Dirigido a

Profesionales de empresas del ámbito sectorial de comercio y marketing.

Aunque no hay restricciones, está especialmente pensado para:

- ✓ Dirección (CEO, Gerente, Director General, Subdirector)
- ✓ Área Comercial (Directores, equipo técnico, administrativo)
- ✓ Área Internacional (Directores, equipo técnico, administrativo)
- ✓ Área de Operaciones (Directores, equipo técnico, administrativo)

¿Sabes cómo identificar y seleccionar los mercados exteriores más adecuados para tu empresa?

En el curso de **Priorización de Mercados Exteriores**, aprenderás a evaluar oportunidades globales y establecer criterios sólidos para priorizar los mercados internacionales más prometedores. A lo largo del curso, desarrollarás habilidades para analizar datos de mercado, utilizar herramientas prácticas para la selección de mercados y diseñar estrategias de entrada adaptadas a los países clave. Desde la identificación inicial de oportunidades hasta la creación de un plan de acción detallado para cada mercado priorizado, este curso te brindará los conocimientos necesarios para expandir tu empresa de manera estratégica y exitosa en el ámbito internacional.

Programa

MÓDULO 1

Selección de Estrategia de Acceso al Mercado Internacional

- 1.1 Fases clave del proceso de Internacionalización
- 1.2. Estrategia de expansión Internacional

MÓDULO 2

Criterios para la Priorización de Mercados Exteriores

- 2.1. Consideraciones previas para la priorización de mercados para empresas de productos
- 2.2 Criterios para la priorización de mercados

MÓDULO 3

Herramienta de Aplicación para la Priorización de Mercados Exteriores

- 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. Estrategia de selección de mercados prioritarios

MÓDULO 4

Próximos Pasos: Estrategia por Mercado Priorizado

- 4.1. Estudio de los mercados objetivos
- 4.2. Estrategia de Internacionalización por mercado objetivo