



EXPORT →
← **IMPORT**

Curso Online de **Negocios Internacionales**

Estrategias de participación en el mercado internacional para empresas.

ARGENTINA
(54) 1159839543

BOLÍVIA
(591) 22427186

COLOMBIA
(57) 15085369

CHILE
(56) 225708571

COSTA RICA
(34) 932721366

EL SALVADOR
(503) 21366505

MÉXICO
(52) 5546319899


Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación


**MANAGER
BUSINESS
SCHOOL**

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp
(34) 601615098

PERÚ
(51) 17007907

PANAMÁ
(507) 8338513

PUERTO RICO
(1) 7879457491

REP. DOMINICANA
(1) 8299566921

URUGUAY
(34) 932721366

VENEZUELA
(34) 932721366

ESPAÑA
(34) 932721366

Presentación

Los negocios internacionales abarcan un significativo porcentaje de todos los negocios en el mundo. La competitividad y los sucesos globales están afectando a casi todas las empresas, ya sean grandes, medianas y pequeñas, que deberán destinar parte de su producción hacia el exterior. La falta de conocimiento suficiente o de aplicación de buenas estrategias les impide realizar una buena negociación.

La evolución del comercio internacional en los últimos tiempos permite al consumidor obtener productos variados con mejor calidad y a menor precio, sumado a esto, factores determinantes como la apertura de mercados internacionales, el desarrollo tecnológico, las políticas cambiantes, las exigencias del consumidor y las mejores relaciones entre países, hace necesario que las organizaciones comprendan de mejor manera cómo hacer negocios en el exterior.

Con este curso podrá analizar el entorno macro y micro económico y sus operaciones, así como también la toma de decisiones sobre la participación en actividades a escala internacional, con una metodología práctica y dinámica ajustada a las necesidades de la compañía y a la realidad actual de los mercados internacionales, a través de estrategias de investigación, referencias de casos reales de compañías y técnicas para el desarrollo de la innovación enfocadas a la competitividad del producto.

La Formación E-learning

Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

- 1** La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.
- 2** *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- 3** *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.
- 4** *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

Objetivos del curso:

- Definir y entender los conceptos de globalización y negocios internacionales.
- Conocer los factores internos y externos de la empresa para determinar su capacidad de participar en el mercado internacional.
- Identificar las diferentes formas en que una empresa puede alcanzar sus objetivos globales.
- Presentar el concepto de exportación e importación y describir sus elementos y conflictos.
- Clarificar porqué las empresas podrían necesitar el uso de modos distintos a la exportación para operar eficazmente en los negocios internacionales.
- Analizar el concepto de alianza estratégica así como las principales características que las delimitan.
- Incrementar el posicionamiento de la empresa descubriendo oportunidades de negocio en el exterior.
- Estudiar los sistemas utilizados para coordinar y controlar las actividades internacionales.
- Identificar las principales características del mercado cambiario y comprender qué hacen los gobiernos para controlar el flujo monetario a través de las fronteras nacionales.
- Cómo aplicar la innovación, el desarrollo y la investigación para la fabricación de productos con alto nivel de competitividad.
- Cómo hacer que los negocios en el exterior tengan el resultado esperado para las empresas.

“ El curso de Negocios Internacionales le preparará para desarrollar sus actividades económicas en mercados globales”

Dirigido a:

Directivos y Gerentes de empresa que quieran conocer el exacto equilibrio entre la teoría inexorable y la práctica demostrativa dentro de un análisis fresco y actual de los negocios internacionales, así como a todas aquellas personas que quieran aprender de manera fácil y óptima el funcionamiento de las operaciones internacionales, pudiendo dar respuesta a los desafíos del mercado extranjero a través de planes estratégicos en cooperación e integración económica.

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 60 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

7 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Negocios internacionales y globalización

10 horas

Los negocios internacionales se pueden comprender como todas las actividades comerciales que se desarrollan entre diferentes países y que pueden incluir transacciones de gobierno o privadas. La incorporación de dichos negocios dentro de las empresas emerge bajo la premisa de desarrollo, realizando transacciones de bienes, servicios, capital, talento o tecnología diferente a las fronteras nacionales.

1.1. Negocios internacionales y globalización:

1.1.1. Fundamentos de los negocios internacionales.

1.1.2. Globalización:

1.1.2.1. Globalización de los mercados.

1.1.2.2. Globalización de la producción.

1.1.2.3. Estrategas para ser globales.

1.2. Entorno competitivo de los negocios:

1.2.1. Competitividad, creación e innovación.

1.2.2. Desempeño y eficiencia productiva.

1.2.3. Patrones de competencia.

1.2.4. Análisis de competitividad.

1.2.5. Modelo de la competitividad.

1.3. La participación de las empresas en los negocios internacionales.

1.4. Operaciones en los negocios internacionales:

1.4.1. Exportación e importación de mercancías.

1.4.2. Exportación e importación de servicios.

1.4.3. Inversiones.

1.4.4. Tipos de organizaciones internacionales.

1.5. Caso de estudio.

MÓDULO 2. Procedimientos internacionales de las empresas

10 horas

2.1. Introducción.

2.2. Exportación:

2.2.1. ¿Quiénes pueden exportar?

- 2.2.1.1. Exportadores fortuitos.
- 2.2.1.2. Exportadores habituales.
- 2.2.2. Ventajas de exportar.
- 2.2.3. ¿Para qué se exporta?
- 2.2.4. Documentos de exportación.
- 2.3. Importación:**
 - 2.3.1. ¿Quiénes son importadores?
 - 2.3.2. ¿Para qué importar?
 - 2.3.3. Importaciones y exportaciones, conflictos.
 - 2.3.4. Riesgos financieros.
 - 2.3.5. Gestión de cliente.
 - 2.3.6. Desconocimiento de los negocios internacionales.
- 2.4. Estrategias de marketing:**
 - 2.4.1. Barreras de marketing.
 - 2.4.2. Funciones de la gerencia.
 - 2.4.3. Regulación del comercio.
- 2.5. Cadena de transacción internacional:**
 - 2.5.1. Funciones de la cadena de suministro:
 - 2.5.1.1. Estructura de la cadena de suministro.
- 2.6. Alternativa de selección de países:**
 - 2.6.1. Proceso de selección de ubicación.
 - 2.6.2. Ejecución de la exploración:
 - 2.6.2.1. Información importante de la exploración.
 - 2.6.3. Análisis del riesgo:
 - 2.6.3.1. Factores a considerar en el análisis del riesgo.
- 2.7. Caso de estudio.**

MÓDULO 3. Organización de los negocios internacionales

10 horas

Las empresas se han transformado y han tenido que adaptarse a cambios en los procesos de productos, en la tecnología, la distribución y en los patrones de consumo. La incorporación al mercado extranjero pretende que las empresas sean más competitivas, que produzcan una economía de escala con mano de obra calificada, costos relativos y con productos y/o servicios que puedan satisfacer a culturas de diferentes países.

- 3.1. Diferenciación de tipo de empresas por su tamaño:**
 - 3.1.1. Multinacionales.

- 3.1.2. Orientación de las multinacionales.
- 3.1.3. Transnacionales.
- 3.1.4. Diferencia de multinacionales y transnacionales.
- 3.2. Negocios nacionales vs negocios internacionales:**
 - 3.2.1. Factores de influencia.
 - 3.2.2. Factores culturales que afectan las operaciones de los negocios internacionales.
- 3.3. El entorno competitivo:**
 - 3.3.1. Tácticas competitivas para productos y servicios.
- 3.4. Diversificación de los negocios internacionales:**
 - 3.4.1. Estándares gerenciales.
 - 3.4.2. La organización perfecta.
- 3.5. Estructura de la organización:**
 - 3.5.1. Diferencia vertical.
 - 3.5.2. Equilibrio dinámico.
 - 3.5.3. Diferencia horizontal.
 - 3.5.4. Estructura organizacional clásica de los negocios internacionales.
- 3.6. Sistema de control:**
 - 3.6.1. Cultura de la organización.
 - 3.6.2. Creación de una cultura organizacional.
- 3.7. Caso de estudio.**

MÓDULO 4. Alianzas estratégicas y acuerdos de colaboración en los negocios internacionales

10 horas

Las alianzas estratégicas son acuerdos entre dos o más empresas para trabajar juntos y obtener determinados objetivos privados o comunes, con la finalidad de compartir recursos en una trama de incertidumbre acerca de los resultados, y que se relaciona con la aplicación de acuerdos de colaboración muy diversos.

Existen varias alternativas para la participación en acuerdos de colaboración en el extranjero, todo dependerá de la cantidad de recursos con los que cuenta una empresa así como de los que quiera colocar en el extranjero.

- 4.1. Introducción.**
- 4.2. Clases de alianzas.**
- 4.3. Razones para intervenir en los acuerdos de colaboración:**
 - 4.3.1. Colocación y reducción de riesgo.

4.3.2. Especialización.

4.3.3. Equilibrio de la competencia.

4.4. Motivos internacionales para establecer acuerdos de colaboración:

4.4.1. Adquisición de activos.

4.4.2. Restricciones gubernamentales.

4.4.3. Disminución de la exposición al riesgo.

4.5. Tipos de acuerdos de colaboración:

4.5.1. Licencias:

4.5.1.1. Motivos de concesión de licencias.

4.5.1.2. Consideración de pago.

4.5.2. Franquicias:

4.5.2.1. Tipos de franquicias.

4.5.2.2. Organización de franquicias.

4.5.2.3. Modificaciones operativas.

4.5.3. Contratos administrativos.

4.5.4. Operaciones llave en mano:

4.5.4.1. Contratos en escala.

4.5.5. Empresas conjuntas.

4.5.6. Alianzas de capital.

4.5.7. Problemas con los acuerdos de colaboración.

4.6. Caso de estudio.

MÓDULO 5. Ambientes económicos que desafían los mercados

5 horas

5.1. Análisis económico internacional:

5.1.1. Libre economía.

5.1.2. El desarrollo económico en la actualidad.

5.2. Tipos de sistemas económicos:

5.2.1. Economía de mercado.

5.2.2. Economía centralizada.

5.2.3. Economía mixta.

5.3. Medición de indicadores:

5.3.1. Producto Interno Bruto.

5.3.2. Aplicación de análisis.

5.3.3. Concepto de desempleo.

5.4. Características de una economía:

- 5.4.1. Inflación.
- 5.4.2. Desempleo.
- 5.4.3. Deuda.
- 5.4.4. Distribución del ingreso.
- 5.4.5. Pobreza.
- 5.4.6. La balanza de pago.
- 5.5. Economía de escala y comercio internacional:**
 - 5.5.1. Economía de escala y estructura de mercado.
 - 5.5.2. La teoría de la economía externa.
- 5.6. Caso de estudio.**

MÓDULO 6. Política económica del comercio internacional y el sistema monetario internacional

5 horas

- 6.1. Política económica del comercio internacional:**
 - 6.1.1. Instrumentos de la política comercial:
 - 6.1.1.1. Aranceles.
 - 6.1.1.2. Subsidios.
 - 6.1.1.3. Clasificación de la política comercial.
 - 6.1.2. Los acuerdos comerciales:
 - 6.1.2.1. Importancia de los acuerdos comerciales.
 - 6.1.3. La Organización Mundial de Comercio (OMC):
 - 6.1.3.1. Acciones de la OMC.
 - 6.1.4. Integración económica regional:
 - 6.1.4.1. Mercado Común.
 - 6.1.4.2. Consecuencias de la integración comercial.
- 6.2. El sistema monetario internacional:**
 - 6.2.1. Mercado de divisas.
 - 6.2.2. Participantes en el mercado de divisas.
- 6.3. Relación del mercado de divisas con los negocios internacionales:**
 - 6.3.1. ¿Cómo negociar con divisas internacionales?
 - 6.3.2. Instrumentos OTC.
- 6.4. Caso de estudio.**

MÓDULO 7. Estrategias de los negocios internacionales y la competitividad

10 horas

Las empresas deben identificar cuidadosamente las estrategias a desarrollar en función del cumplimiento de sus objetivos generales, así como plantear estrategias de entrada al mercado internacional para transformar su producto.

7.1. Introducción.

7.2. Estrategias y empresas:

7.2.1. Estrategia de negocios:

7.2.1.1. Definición de misión.

7.2.1.2. Definición de alternativas estratégicas.

7.2.1.3. Evaluación de producto y mercado extranjero.

7.2.1.4. Selección de producto y mercado meta.

7.2.1.5. Establecimiento de objetivos.

7.2.1.6. Evaluación de estrategias.

7.2.1.7. Selección de las estrategias a seguir.

7.2.2. Creación de valor.

7.2.3. Posicionamiento estratégico.

7.2.4. Empresa como cadena de valor.

7.3. Administración de la cadena de valor:

7.3.1. El cambio y la cadena de valor.

7.4. Integración global:

7.4.1. Influencias hacia la integración global.

7.5. Tipos de estrategias:

7.5.1. Estrategia internacional.

7.5.2. Estrategia global.

7.5.3. Estrategia transnacional.

7.6. La aplicación del I+D+I en los negocios internacionales

7.6.1. Innovación empresarial.

7.6.2. Investigación, desarrollo e innovación (I+D+I).

7.6.3. La competitividad empresarial.

7.6.4. Ventaja competitiva.

7.7. Caso de estudio.

Autor



Alba del Pilar Racines

Máster en Negocios Internacionales con amplia experiencia en departamentos de mesa de dinero y comercio exterior dentro de empresas del sector financiero.

Compagina su actividad profesional con la docencia siendo profesora en áreas de Economía, Finanzas y Negocios Internacionales.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

