

Diseño de un Plan de Exportación Exitoso


 PFO

Programas Focalizados



La globalización de los negocios, la competencia, la tecnología y la integración de los mercados demandan herramientas que permitan una adecuada toma de decisiones al momento de iniciar procesos de internacionalización. Esta compleja dinámica exige el aprendizaje, la investigación y el desarrollo de habilidades y destrezas para un desempeño con excelencia en el *Management de los Negocios Internacionales*. En este contexto, el *Plan de Exportación* es el instrumento estratégico que preparará al empresario para los nuevos mercados.

La planeación permite pensar en las oportunidades de los negocios potenciales, así como también en las amenazas, permitiendo a la empresa mitigar los riesgos a través de acciones diseñadas y fundamentadas en información verídica y confiable.

Objetivos

Este programa ha sido diseñado especialmente para desarrollar los conocimientos necesarios para elaborar un Plan de Negocios Internacional, desde su prefactibilidad hasta la salida al nuevo mercado.

Al finalizar el cursado los participantes podrán:

- Comprender los principales conceptos para comercializar en el exterior.
- Entender las experiencias valiosas de colegas PyMEs.
- Elaborar las herramientas necesarias para un Plan de Marketing Internacional, es decir, un plan de exportación.

Programa

Módulo 1: Compraventa Internacional, Normas Internacionales y la Realidad Argentina

Este módulo introduce en los aspectos básicos del comercio internacional desarrollando los fundamentos del mismo: Flujos de comercio mundial. Cómo, qué, para qué, por qué, y dónde exportar. Incoterms. Clasificación arancelaria. Presupuesto. Factura proforma. Documentos comerciales más habituales.

Módulo 2: Régimen Aduanero de Exportación e Importación

Permite a los participantes reconocer el sistema aduanero argentino tanto para la exportación como para la importación de bienes, identificando las condiciones y beneficios que otorga: Exportaciones e importaciones. Regímenes especiales.

Módulo 3: Aspectos Logísticos del Comercio exterior

Análisis de los principales conceptos de la operatoria logística: Transporte (tipos y características). Documentos. Inventario, empaque y almacenamiento.

Módulo 4: Aspectos Cambiarios y Bancarios del Comercio Exterior

En este módulo se identificarán los diferentes presupuestos que deben considerarse antes, durante y después de la exportación para realizar una operación de manera exitosa: Aspectos cambiarios y bancarios. Medios de pago (características).

Módulo 5: Exportación de Servicios & E-Commerce

Comprende el diseño de estrategias de internacionalización sobre la base del análisis de oportunidades de negocios desde y hacia el exterior en el sector servicios, capitalizando las políticas de promoción de la exportación e importación, y atendiendo a los marcos regulatorios de aplicación en cada contexto y rubro de actividad: Importación y exportación de servicios: nuevas reglas de juego. El rol de consultores *e-business*.

Módulo 6: Globalización y Empresa

Ofrece una crítica básica de lo que tradicionalmente se ha definido como globalización y estrategia global, analizando las nuevas tendencias: Entendiendo la "Globalización" de los mercados y de la producción. Naturaleza del marketing internacional. Desafíos y oportunidades (diferencia con ventas). Distorsión del intercambio. Principales barreras para el marketing. Ambiente político, económico y legal. Integración a la luz de los negocios internacionales.

Módulo 7: Los Mercados Externos y las Diferencias Culturales

Este módulo permitirá a los participantes comprender que uno de los factores claves para el éxito de las actividades empresariales en el ámbito internacional es la investigación de mercados. Se aprenderá a ver cómo son las situaciones externas y no cómo cree la empresa que son, con el objetivo de ofrecer a un mercado determinado lo que este demanda y no lo que la organización intenta vender: Influencia de la cultura en el proceso de compra. Cultura universal y subculturas. Perspectivas del comportamiento del consumidor. Investigación de mercados y sistemas de información. Fuentes secundarias de información.

Módulo 8: El Marketing Mix

Presenta la mezcla en mercadotecnia internacional como la herramienta que utilizará la empresa para implementar las estrategias de internacionalización a fin de alcanzar los objetivos establecidos de acuerdo a lo autodiagnosticado en cada caso y a la estrategia elegida: Principales estrategias. Estrategias de producto y marca. Estrategias de promoción. Estrategias de distribución (contratos de distribución). El precio como estrategia de marketing.

Módulo 9: Estrategias de Inserción en los Mercados Externos

Se analizarán las distintas alternativas que tiene la empresa para acceder a mercados exteriores. Permitirá distinguir las diferencias entre las estrategias más utilizadas y las variables que determinan la elección de cada una de ellas: Exportación directa e indirecta. Transferencia de tecnología (licencia y franquicia). Alianzas estratégicas. Inversión o implantación en el exterior.

Módulo 10: ¿Cómo Evaluar su Empresa?

Explicación y detección de los recursos y capacidades de la empresa con el fin de decidir qué debe hacerse, qué mano de obra debe usarse y qué debe contratarse externamente: Revisión de los nuevos modelos del proceso de internacionalización. Análisis del contexto exportador (situación empresarial). FODA internacional. Cómo realizar un autodiagnóstico para el proceso de Internacionalización (definición de objetivos). Plan de marketing (pasos para su diseño). Medición del plan de marketing. Desarrollo de hipótesis de trabajo.

Módulo 11: Estrategia Empresarial

Análisis de las acciones que las empresas, y en particular los administradores, pueden llevar a cabo para competir de manera eficaz como una organización internacional: Estrategia y empresa. Posicionamiento estratégico. Selección de la estrategia.

Perfil del participante

El programa está dirigido a ejecutivos, diplomados, profesionales y empresarios que deseen adquirir conocimientos específicos en la gestión de Negocios Internacionales, o que busquen desarrollar el área de comercio internacional en sus organizaciones.

Metodología

El programa desarrolla un plan de estudios organizado alrededor de diferentes módulos, desde los cuales se aborda el desafío de la conquista de los mercados externos. Todos los módulos tienen carácter presencial y orientación práctica.

Se propone desarrollar instancias de *coaching* personal áulico con los asistentes.

El formato combinará exposiciones conceptuales ejemplificadas con práctica específica para cada empresa / asistente. Los participantes deberán presentar un trabajo final integrador.

Módulo 12: Negociación Internacional

La negociación internacional tiene como finalidad posibilitar acuerdos de comercialización de bienes y servicios en países con distintos y diversos estilos culturales. El módulo comprende el estudio de las diversas posiciones que permitan crear, mantener y desarrollar relaciones comerciales exitosas: Proceso de negociación internacional. Diferencias entre negociación nacional e internacional. Elementos culturales en la negociación internacional. Factores de éxito en la negociación internacional.

Módulo 13: El Plan de Exportación Sustentable

Elementos para el diseño y construcción paso a paso, de un plan de exportación sustentable según empresas participantes del curso.

Acerca del programa

Duración: 4 meses

Modalidad de cursado:

una vez por semana de 17:00 a 20:00hs.

Requisitos de Admisión:

Los interesados deben contar con experiencia laboral previa (no necesariamente vinculada a los negocios internacionales).

Además, deberán presentar:

- Reseña curricular.
- Fotocopia de 1ª y 2ª página del DNI.

En caso de ser necesario se realizará una entrevista personal.

Informes e Inscripciones


Marketing y Desarrollo Institucional


Obispo Trejo 323


Tel: (0351) 4213213 int 1

info@icda.uccor.edu.ar

www.icda.uccor.edu.ar

icda.ucc 

@icda_ucc 

icda/ucc 

icdaucc 