

Curso virtual

Estrategias de Internacionalización Empresarial:

¿Cómo llegar a nuevos mercados?



Sé lo que **el mundo necesita.**

+40.25 \$

-05.75 \$



LSM/VK	EJ+EO	IDGH	EJ+EO	LSM/VK	EJ+EO	EJ+EO	IDGH	EJ+EO	EJ+EO	IDGH	EJ+EO
▲ 24.7050	▲ 86.560	0.650	86.560	▲ 24.7050	▲ 86.560	86.560	0.650	86.560	▲ 86.560	0.650	86.560
▲ 47.0540	▲ 57.030	807.5	57.030	▲ 47.0540	▲ 57.030	57.030	807.5	57.030	▲ 57.030	807.5	57.030
▲ 6760.70	▲ 5.7540	0.607	5.7540	▲ 6760.70	▲ 5.7540	5.7540	0.607	5.7540	▲ 5.7540		5.7540
▲ 24.7050		0.650	86.560	▲ 24.7050		86.560	0.650	86.560			



Desarrolla una mirada integral y estratégica para llevar a tu organización hacia mercados internacionales.

▲ 24.7050	▲ 86.560	0.650
▲ 47.0540	▲ 57.030	807.5
▲ 6760.70	▲ 5.7540	0.607

Acerca del curso

En esta formación se comprenderá el proceso de internacionalización de una empresa teniendo como punto de partida la estrategia competitiva de esta. Para hacerlo, en primer lugar, se abordará cómo las empresas pueden seleccionar de manera estratégica nuevos mercados internacionales. Posteriormente, se discutirán los distintos modos de entrada a estos (exportaciones, licencias, joint venture, etc.), sus pros y contras, así como la manera en que la estrategia informa y deter-

mina la decisión frente a cuál de estos modos es el más adecuado.

Finalmente, una vez se tiene claridad sobre cuál es el nuevo mercado de mayor potencial y cuál es el mejor modo de incursión, se discutirá cuál debería ser el posicionamiento estratégico de la empresa y cómo esta debería ajustar su mezcla de mercadeo de cara a las características del nuevo país en el que hará presencia.

Objetivo

- Desarrollar habilidades y apropiar herramientas que permitan la estructuración de procesos estratégicos exitosos de selección e ingreso a nuevos mercados internacionales.

Objetivos específicos

- Aprender a seleccionar mercados internacionales de manera estratégica y familiarizarse con las herramientas para este fin.
- Conocer distintas bases de datos para analizar mercados internacionales y tomar decisiones estratégicas basadas en información dura.
- Conocer los distintos modos de entrar a un país, sus pros y contras, y su relación con la estrategia de la empresa.
- Desarrollar capacidades para analizar mercados internacionales y potenciar la inteligencia competitiva.
- Entender la importancia del correcto posicionamiento estratégico en mercados internacionales y la alineación de la mezcla de mercadeo con este.

Además, tendrás la oportunidad de interactuar con profesionales de diferentes regiones del país y de Latinoamérica, lo que enriquecerá las conversaciones y experiencias durante el desarrollo de la formación.

Contenido:

Módulo 1: Fundamentos de la identificación estratégica de nuevos mercados

- Oportunismo vs. Estrategia
- Retos en la selección estratégica de mercados

Módulo 2: La selección estratégica de mercados

- Herramientas prácticas
- Ejemplo práctico de un proceso de selección de mercados

Módulo 3: Bases de datos y taller práctico de selección de mercados

- Aproximación a las bases de datos
- Taller práctico para selección de mercados

Contenido:

Módulo 4: Modos de entrada

- Exportación
- Modos contractuales
- Inversión

Módulo 5: Inteligencia de mercados y competidores

- Análisis de mercados
- Inteligencia competitiva
- Posicionamiento estratégico

Módulo 6: Mezcla de mercadeo

- Segmentación

A photograph of three business professionals in a meeting. On the left, a young man with a beard and short blonde hair, wearing a dark suit jacket over a white shirt, is smiling and looking towards the other two people. In the center, an older man with grey hair and glasses, wearing a dark suit and tie, is looking down at a laptop screen with a thoughtful expression, his hand resting on his chin. On the right, a woman with dark hair pulled back, wearing glasses and a light blue shirt, is also looking at the laptop screen with her hands clasped in front of her. The background shows a large window with a view of a cityscape.

Dirigido a:

Gerentes generales, gerentes, jefes y directores que se desempeñen en el área comercial, de mercadeo, de planeación, de comercio exterior o de planeación estratégica de una organización y que tengan la responsabilidad del proceso de internacionalización de la organización.

Metodología

El curso priorizará el aprendizaje activo de los participantes; por esta razón, cada sesión contará con un componente teórico que se aterrizará a través de metodologías prácticas; por ejemplo, discusión de casos y desarrollo de talleres en clase.

En línea con lo anterior, se contará con un proyecto final grupal, en el que se pondrá en práctica cada contenido abordado en el curso para lograr identificar un nuevo mercado objetivo, la forma de entrada y la mejor estrategia a implementar para este fin.

Duración:

30 Horas (24 horas de sesiones sincrónicas y 6 horas de trabajo autónomo)

Certificado:

Se otorgará certificado de asistencia a quienes participen en mínimo el 80% de las sesiones programadas y cumplan los requisitos académicos exigidos.



Profesores

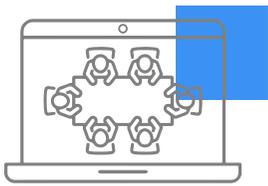
Jorge Ricardo Barriga Palacio

Ingeniero mecánico y MBA de la Universidad de los Andes. Profesor de la Facultad de Administración en las áreas de Estrategia y Negocios internacionales. Más de dieciocho años de experiencia en consultoría enfocada en proyectos relacionados con competitividad regional, formulación e implementación de estrategia empresarial e internacionalización. Miembro de la Junta Directiva de COCEREALES. Experiencia con clientes de: Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Argentina, Uruguay, Nicaragua, Egipto, Alemania, Reino Unido, Singapur y Corea.





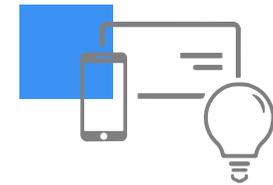
Experiencia Premium Uniandes



Sé parte de una de las comunidades de Executive Education más grandes de Latinoamérica



Encuentra oportunidades de **networking de alto nivel**



Aprende a través de **metodologías innovadoras** y disruptivas



Aplica de manera **inmediata** los conocimientos aprendidos



Interactúa con **profesores de alto prestigio** académico y reconocimiento empresarial



Recibe un **acompañamiento personalizado** durante todo el proceso de formación



FINANCIAL
TIMES

RANKING FT 2023

EDUCACIÓN EJECUTIVA PROGRAMAS ABIERTOS

No. **1** EN
COLOMBIA

Top. **28** EN
EL MUNDO

Valor programa: \$2.800.000 / 650 USD

*El valor en dólares es aproximado y depende la TRM del día y su moneda local.

Las fechas están sujetas a modificación. En el caso de algún cambio, se informará a las personas preinscritas a través de los medios suministrados en el momento de la inscripción.

Aplica descuento por pronto pago.

Universidad de los Andes
Facultad de Administración - Educación Ejecutiva
Calle 21 No. 1-20. Edificio SD. Piso 9
Línea de Información: (601) 332 4144 ext. 2444 o 1145
Línea gratuita nacional: 018000 123 300
e-mail: executiveeducation@uniandes.edu.co
<http://administracion.uniandes.edu.co>



@AdmonUniandes



WhatsApp Uniandes