

#INTERNACIONALIZACIÓN

#INNOVACIÓN

#MARKETING

# CURSO INTELIGENCIA COMPETITIVA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN



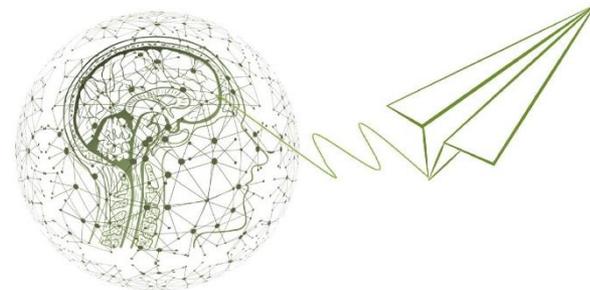
**Objetivos** La complejidad de los mercados internacionales hace que las empresas tengan que disponer de información para conocer el entorno y quiénes son sus principales clientes y competidores, lo que les permite ser más competitivas y efectivas en el exterior.

El objetivo fundamental del **Curso de Inteligencia Competitiva para la Internacionalización** es aportar herramientas útiles de IC aplicada a la internacionalización de empresas, con el fin de que puedan posicionarse de forma estratégica en mercados exteriores.

**Lugar** Lugo – Sede Central CEL

**Fechas** 18 y 19 de septiembre de 2019

**Horario** De 16:00 a 20:00 horas

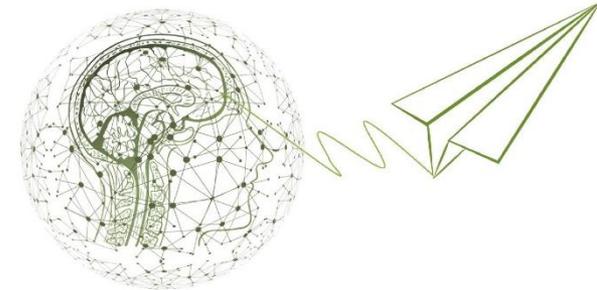


**PRESENCIAL – 8 HORAS TOTALES**

## Programa

### Módulo I (2 horas)

- **Introducción a la Inteligencia Competitiva para la internacionalización de empresas.**
- **Introducción a la búsqueda y análisis de información de mercados exteriores.**
  - Sistemas de Inteligencia Competitiva.
  - Ciclo de Inteligencia.
  - Ejes de búsqueda.
  - Plan de búsqueda de información en internet.
  - Construcción de un árbol de decisión.
  - Fuentes y herramientas de búsqueda.
  - Fases de búsqueda para analizar mercados mediante internet.
  - Técnicas de análisis.
  - El producto de la inteligencia.



### Módulo II (2 horas)

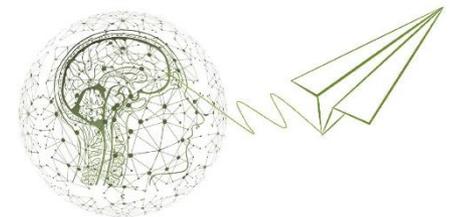
- **Identificación. Priorización y selección de los principales mercados de oportunidad internacional.**
  - Identificación y priorización de mercados. Herramientas de análisis.
    - ✓ Atractivo del mercado (país)
    - ✓ Posición competitiva de las empresas
  - Selección de mercados. Principales países de interés (2-3) según las oportunidades de mercado que existan dentro del ámbito internacional.
  - Detección de nichos de oportunidad.

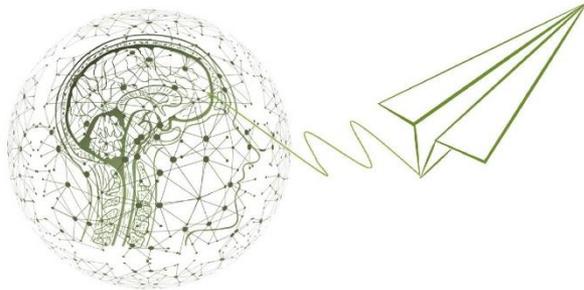
### Módulo III (2 horas)

- **Comprensión de mercados. Estrategias y posicionamiento en mercados internacionales.**
  - Estrategias de marketing online. Plan de Marketing Online.
  - Posicionamiento en mercados internacionales. Vías de refuerzo.
  - Marca internacional, importancia para el acceso a nuevos mercados. Imagen empresarial en mercados exteriores. ¿Qué queremos transmitir?

### Módulo IV (2 horas)

- **Acceso al mercado. Análisis de mercados, canales, clientes y competidores.**
  - Claves para comprender el mercado. Principales estrategias de acceso. Análisis de los canales de distribución.
  - Análisis del sector en el mercado objetivo.
  - Análisis de la demanda y su segmentación (delimitación de la actividad de los clientes).
  - Caracterización de agentes competidores (delimitación de la actividad de la competencia).
  - Canales de acceso al mercado: análisis de los canales de distribución y principales vías de acceso.
  - Determinación de claves específicas de actuación a desarrollar en el mercado objetivo para aprovechar al máximo las oportunidades existentes.
  - Claves de acceso al mercado. Identificación y análisis de los principales agentes: clientes y competencia.
    - ✓ Clientes. Agentes clave del canal de distribución y principales clientes. Determinación de políticas concretas de actuación para reforzar el posicionamiento del canal y el acceso al cliente objetivo.
    - ✓ Competencia. Agentes clave del canal de distribución y principales competidores. Análisis de sus estrategias comerciales, operaciones, clientes, precios y canales de entrada al mercado.
- **Acceso al mercado. Análisis de mercados, canales, clientes y competidores.**
  - Tipologías de Marketplaces
  - Arquitectura
  - Usos de los Marketplaces: como herramientas comerciales y como herramientas de IC





Ejercicios prácticos y estudio de casos reales.

PLAZAS LIMITADAS

INSCRIPCIÓN: [www.cel.es](http://www.cel.es)

MÁS INFO: Confederación de Empresarios de Lugo  
Tel. 982 23 11 50



[www.internovamarketfood.com](http://www.internovamarketfood.com)

