

LUGAR DE CELEBRACIÓN

Aulas de Formación de la Cámara de Comercio de Teruel
C/ Amantes, 17 • 44001 Teruel

FECHAS

27 y 28 de noviembre de 2009

HORARIO

Viernes de 16:00 - 21:00
Sábados de 9:00 - 14:00

DURACIÓN

10 horas

IMPARTIDO POR

Equipo de Remigi Palmés
Consultoría de Comercio Internacional

INFORMACIÓN E INSCRIPCIÓN

Cámara de Comercio e Industria de Teruel
C/ Amantes, 17 - Teruel
Tlf: 978 61 81 91 - Fax 978 61 81 92
formacion@camarateruel.com
exterior@camarateruel.com
www.camarateruel.com

Colabora:



FUNDACIÓN TERUEL SIGLO XXI

ESTRATEGIA INTERNACIONAL PARA PYMES

formación

TERUEL



Financia:





La Cámara de Comercio e Industria de Teruel organiza el curso "ESTRATEGIA INTERNACIONAL PARA PYMES"



DIRIGIDO A

- El programa va dirigido a todos aquellos gerentes y/o directivos de exportación de pequeñas y medias empresas, con experiencia profesional en comercio internacional que quieran actualizar y mejorar sus conocimientos en esta materia.
- Todos los contenidos y aprendizajes del programa han sido creados y diseñados para adaptarse a las necesidades de las pequeñas empresas.

OBJETIVOS

- Desarrollar una visión estratégica del negocio a nivel internacional y desarrollar herramientas de decisión, control y gestión en el ámbito internacional.
- Planificar una estrategia de internacionalización coherente con el vector de dirección.
 - Actualizar y mejorar los conocimientos en comercio internacional.
 - Una vez terminado el seminario se debería poder dar respuesta a las siguientes preguntas.
 - ¿Puedo salir al exterior? ¿Estoy preparado?
 - ¿Qué errores son típicos de un proceso de internacionalización?
 - ¿Cuál es la mejor estrategia de internacionalización para mi empresa?
 - ¿Por qué países debo empezar?
 - ¿Por qué primero este país y no este otro?
 - ¿Cómo debo controlar mi proceso de internacionalización?

PROGRAMA

1. Introducción a la estrategia

- a. Visión estratégica internacional.
- b. ¿Estamos preparados para un proceso de internacionalización?
- c. Estrategias de internacionalización para una PYME.
- d. Estrategias de venta y estrategias de compra a nivel internacional.
- e. Estrategias para empresas de productos físicos y de servicios.
- f. Elección del camino a seguir.

2. Planificación estratégica

- a. Investigación y elección de mercados.
- b. Definición de las variables de Marketing MIX.
- c. Política de precios.
- d. Canales de distribución.
- e. Producto e innovación.
- f. Comunicación y promoción.
- g. Desarrollar un plan de acción.

3. Casos Prácticos

