

Curso Superior de Negocios Internacionales

Plan de estudios

1. Formulación de un plan de negocios internacional

Plan de Negocios Internacional. Formulación. Utilización como herramienta para reunir y organizar recursos, detectar mercados, ponderar la eventual ampliación de capacidades, y lanzamiento de nuevos productos o servicios. Herramientas de diagnóstico, análisis y metodología, Canvas exportador u otros métodos. Análisis interno de la empresa, mercado local, selección de mercado y matriz de ponderación, mercado de destino, ingreso y desarrollo del mercado, análisis económico financiero. Mercado internacional: Selección del Mercado/País. Análisis de situación en el mercado destino, intercambio bilateral con ese país, acuerdos comerciales, pertenencia, competidores, potenciales clientes, FODA, tendencias. Estrategia de ingreso y penetración del mercado. Plan Estratégico: diferenciación de producto/precio, marketing mix, posicionamiento, canal de distribución, políticas comerciales, incoterms, medio y plazo de pago, comunicación, normas legales y de ingreso, etiquetado, envase y embalaje, medidas sanitarias/fitosanitarias, patentes y propiedad intelectual, etc. Análisis Económico/Financiero: inversión inicial, costos totales de exportación (EXW hasta DDP) evaluación del proyecto de inversión. Cláusula de confidencialidad.

2. Comercio internacional

Comercio internacional. Conceptos básicos. Ventajas comparativas estáticas y dinámicas. Naturaleza de la especialización y estructura del comercio. Efectos de tarifas y derechos de exportación. Actores y contratos en el comercio internacional: exportadores, importadores, distribuidores, bancos, agentes, representantes, forwarders, brokers. Instrumentos del comercio: letras de cambio, créditos documentarios, cartas de crédito, cuenta corriente, factoring, back to back. Incoterms. Nomenclatura arancelaria. Financiación de exportaciones. El seguro de crédito a la exportación. Políticas comerciales. El Código Aduanero y el valor en aduana. Mercados de commodities: cotizaciones, spot, forward. Instrumentos, warrants. Los swaps de divisas. Reglas e instituciones en el comercio internacional. La OMC. Acuerdos de comercio e integración. Cadenas globales de valor. Inteligencia competitiva: de mercado, de la competencia y de tecnología. Fuentes de información y apoyo. Productos y servicios "saludables". Nuevas tecnologías de la información para PyMEs en el comercio internacional. Estrategias de empresas en una economía global (outsourcing, IED, otras), decisiones de ubicación de las empresas. Dinámica de la aglomeración espacial. Especialización vertical. Empresas multinacionales y outsourcing. Precios de transferencia.

3. Investigación de mercado e inteligencia comercial

La investigación de mercado, definición, objetivos y finalidades. La investigación mercado/producto y otros tipos de investigación.

Planificación de una investigación. Fuentes y herramientas de información. Muestreo.
Investigación cuantitativa y cualitativa. Generación y elaboración de datos. Modelos de informe.
Contenido de una investigación de productos/servicios en el comercio internacional. La mezcla comercial como variable central
La inteligencia comercial en el comercio exterior, fuentes, usos y aplicabilidad. Ejemplos.

4. Marketing internacional

Gestión del marketing: enfoques, objetivos, instrumentos. Marketing Local y Marketing Internacional. Desde donde partimos para nuestro desarrollo de Marketing. El entorno o escenario global. Con quien competimos. Mix de marketing. Consumidores y comportamientos. Segmentación y posicionamiento. Política de Productos, Precios y Canales. Comunicación de Marketing internacional. Entornos estratégicos y ventaja competitiva: Identificación de oportunidades y riesgos. Tipos de Estrategias de marketing para la internacionalización Diseño e implementación. Los cambios a nivel global en la concepción del marketing El plan de Marketing. Marketing tradicional y digital. Data Science y Business Analytics, BtoC, BtoB. Impacto de la tecnología en las prácticas de marketing. Marketing en redes sociales. Estrategia de precios. Ventas, Gestión de marca. Planificación y estrategias de marketing Internacional. Estrategias por sectores.

5. Promoción internacional

Formas de promoción internacional: tipos de promoción y eficacia. Presenciales Vs. Digitales. ¿Cómo participar de una feria internacional? Antes, durante y después de la feria. Herramientas de captación de visitantes. Herramientas de publicidad dentro de la feria. Recolección de información sobre visitantes. Planillas de seguimiento.

¿Cómo participar de una misión comercial? Generación de reuniones. Antes, durante y después de la misión comercial. Planillas de seguimiento. Otras formas de promoción presenciales relevantes.

Negocios digitales. Tipos de sitios. Marketplace. Contenidos de una web de exportación. B2B y B2C. Posicionamiento SEO y SEM.

Intermediarios digitales: redes sociales, ¿cuáles, para qué y cuándo? Plataformas comerciales.

6. Operatoria de exportación

Proceso operativo de una exportación: desde fábrica hasta deposito del comprador. Actividades a realizar por la empresa y por los profesionales de apoyo.

El proceso de exportación ante aduanas. Pasos. Gastos que intervienen. Intervenciones y certificaciones.

¿Cómo clasificar arancelariamente la mercadería? Impuestos, beneficios y liquidaciones.

Contratación de fletes internacionales, tipos, selección, contenedores, cotizaciones del servicio por volumen/peso.

Cobros y liquidación de divisas.

7. Operaciones & "Supply Chain"

Dirección Estratégica de Negocios y funciones de soporte de la cadena de suministro. Planificación de la cadena de suministro. Estrategias, diseño y tendencias de la cadena. Estrategias de planificación por sector. Modelos de simulación para la planificación. Tendencias y evaluación comparativa. El comercio electrónico en la planificación de la cadena de suministro. Logística sostenible y simulación de gestión de operaciones. Planificación de la cadena de suministro global y SCM de triple eje.

Desarrollo ejecutivo y gestión de personal. Desafíos en las técnicas de negociación de compras y adquisiciones. Funciones prioritarias en las relaciones con los clientes. Logística y Gestión de Almacenamiento. Cumplimiento de pedidos y CRM. Gestión de transporte, distribución y envío.

8. Política comercial externa

Sistema multilateral de comercio: principios básicos, su aplicación a la política comercial argentina. Acuerdos comerciales regionales (ACR) y el trato preferencial. Negociaciones de acceso a los mercados. Restricciones cuantitativas y medidas no arancelarias. Facilitación del comercio. OMC: el ámbito multilateral. Medidas comerciales correctivas: Antidumping y medidas compensatorias. Comercio y medio ambiente: Acuerdo de París. Derechos de propiedad intelectual y el comercio. El sistema normativo y de promoción de exportaciones. Reintegro, draw back, importación temporaria, financiación y prefinanciación de exportaciones, el seguro de crédito a la exportación, tratamiento de los impuestos a las ganancias e IVA. Normas y certificaciones de calidad. Normas de estímulo a la inversión. Otros programas. Normas provinciales de promoción de exportaciones y a la inversión. Organismos que participan en la política comercial y de exportaciones. El papel de la AAIC: Ferias y rondas de negocios, facilitación, asistencia técnica, sistema de difusión de la oferta exportable argentina. El MRECIC, la Secretaría de Relaciones Económicas Internacionales y la red de oficinas comerciales y centros de promoción. La administración del comercio: Ministerios de Desarrollo Productivo y de Agroindustria. Regímenes de apoyo a las Pymes.

9. Planificación estratégica de exportación de servicios

Exportación de servicios, aspectos generales. Metodologías efectivas de exportación de servicios. Principales tendencias del comercio de servicios. Servicios vs. bienes.

Investigación de mercado orientada a servicios. Características de la información y fuentes más relevantes. Modos de prestación de servicios. Oferta: ¿Sobre qué base nos internacionalizamos?

Demanda: ¿Dónde nos internacionalizamos? Clientes y competidores potenciales. Características generales del mercado de destino (tendencias, regulaciones, impuestos, otras barreras).

Aspectos formales: ¿Cuáles son las cuestiones imprescindibles a considerar? Principales aspectos tributarios, cambiarios y regulatorios que debemos tener en cuenta para asegurarnos una exportación exitosa.

Estrategia: ¿Cómo llevar a cabo la internacionalización? Alternativas, recursos, aliados, plazos. Definición de los precios de exportación.

Promoción internacional de servicios

Búsqueda y captación de clientes internacionales

Determinación del target (buyer) y mercado objetivo. Análisis del tipo de cliente objetivo, vertical de industria, tomador de decisiones, competencia, costumbres del país.

Marketing de atracción y Marketing de salida. Diferencias entre Inbound y Outbound - Principales estrategias de cada una como generadores de leads para empresas de servicios.

Outbound y sus principales herramientas. Segmentación por LinkedIn: Cómo optimizar Sales Navigator para empresas B2B?

Scraping de datos. Herramientas recomendadas y funcionalidad.

Email marketing. Herramientas recomendadas y funcionalidad.

LinkedIn Automation. Principales herramientas para conectar con prospectos potenciales.

WORKING TIME. Casos Prácticos

Social Ads. Cómo generar reuniones a través de RRSS?

Ferias Internacionales. Optimización de la Pre-Feria como herramienta para concretar reuniones.

Otras herramientas. Ejemplos de alternativas para lograr reuniones a mediano plazo.

Inbound. Principales estrategias a implementar; cómo combinarlo con Outbound para la obtención de leads calificados en el largo plazo.

AGOSTO 2023						
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16		18	19
20	21	22 Formulación de un Plan de Negocios Internacional	23 Formulación de un Plan de Negocios Internacional	24 Formulación de un Plan de Negocios Internacional	25 Libre	26
27	28 Comercio Internacional	29 Comercio Internacional	30 Libre	31 Investigación de Mercado e Inteligencia Comercial		

SEPTIEMBRE 2023						
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
					1	2
3	4 Investigación de Mercado e Inteligencia Comercial	5 Investigación de Mercado e Inteligencia Comercial	6 Libre	7 Marketing Internacional	8 Marketing Internacional	9
10	11 Marketing Internacional	12 Libre	13 Promoción Internacional	14 Promoción Internacional	15 Promoción Internacional	16
17	18 Operatoria de Exportación	19 Operatoria de Exportación	20 Operatoria de Exportación	21 Libre	22 Operaciones & "Supply Chain"	23
24	25 Operaciones & "Supply Chain"	26 Operaciones & "Supply Chain"	27 Libre	28 Política Comercial Externa	29 Política Comercial Externa	30

OCTUBRE 2023						
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
1	2 Política Comercial Externa	3 Libre	4 Exportacion de Servicios	5 Exportacion de Servicios	6 Exportacion de Servicios	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				