**Ficha de formación**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Título** | Plan de negocio para la internacionalización | |
| **Palabras clave (metaetiqueta)** | Innovación en modelos de negocio, internacionalización de la empresa, iniciativa empresarial internacional, modelos de negocio internacionales, modos de entrada | |
| **Idioma** | CASTELLANO | |
| **Objetivos/ Metas/ Resultados del aprendizaje** | El objetivo es comprender la innovación del modelo empresarial, la internacionalización de la empresa, el espíritu empresarial internacional y el marketing global en un modelo conceptual. | |
| **Área de formación: (Seleccione una)** | | |
| Estrategias de internacionalización | | **x** |
| Comercio electrónico, marketing internacional y digital | |  |
| Venta social | |  |
| Aspectos sociológicos y culturales de las exportaciones extracomunitarias | |  |
| **Marco Europeo de Cualificaciones (EQF)** | | |
| Nivel 3 | |  |
| Nivel 4 | | **X** |
| Nivel 5 | |  |
| **Descripción** | La internacionalización puede requerir que las empresas adapten las características de sus productos y su marca para satisfacer las necesidades culturales y tecnológicas del mercado local. El objetivo de este módulo de formación es ampliar la comprensión de los modelos de negocio, la innovación de los modelos de negocio y la internacionalización de las empresas. Además de crear modelos que proporcionen a directivos e investigadores una terminología para describir la internacionalización a través de la innovación de modelos de negocio, así como un lenguaje que promueva el diálogo y la comprensión compartida. Cuando una empresa decide internacionalizar sus actividades, se centra en la innovación del modelo de negocio. Esto conduce a una competencia globalizada no sólo en la propuesta de valor del contexto nacional, sino también en la adquisición y despliegue global de recursos y actividades. También afectará a la mejora de la propuesta de valor de la empresa y a la creación de nuevos canales y segmentos de mercado. | |
| **Contenido organizado en 3 niveles** | **Nombre del módulo: Plan de empresa para la internacionalización**  1 **Nombre de la unidad: Introducción**  1.1 Nombre de la sección: Introducción  1.2 Nombre de la sección: Objetivos  1.3 Nombre de la sección: Metas  2 **Nombre de la unidad: Impulsores de la internacionalización**  2.1 Nombre de la sección: Lograr el crecimiento  2.2 Nombre de la sección: Mejorar la rentabilidad  2.3 Nombre de la sección: Aumentar la competitividad  3 **Nombre de la unidad: Entrar en nuevos mercados**  3.1 Nombre de la sección: Exportar  3.2 Nombre de la sección: Licencias/Franquicias  3.3 Nombre de la sección: Empresas conjuntas  4 **Nombre de la unidad: Preparación del plan**  4.1 Nombre de la sección: Definir los objetivos  4.2 Nombre de la sección: Asignar recursos de tiempo suficientes  4.3 Nombre de la sección: Garantizar las previsiones financieras  5 **Nombre de la unidad: Impacto en las diferentes funciones de la empresa**  5.1 Nombre de la sección: Recursos humanos  5.2 Nombre de la sección: Finanzas  5.3 Nombre de la sección: Marketing  **6 Nombre de la unidad: Comunicar**  6.1 Nombre de la sección: La importancia de la comunicación intercultural  6.2 Nombre de la sección: Superar las barreras  6.3 Nombre de la sección: Mejore su negocio intercultural | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | |
| **Glosario** | **Internacionalización** - La internacionalización es el proceso por el que una empresa se expande a mercados extranjeros para ganar más cuota de mercado.  **Globalización** - Condición en la que las economías de todo el mundo están vinculadas a través del comercio y la inversión transfronterizos. | |
| **Autoevaluación (preguntas y respuestas tipo test)** | 1. PYME significa:   * 1. **Pequeña y mediana empresa**   2. Sociedades de Gestión de las Exportaciones   3. Pequeños y medianos empresarios   2. Los factores clave controlables en el marketing global son:   * 1. Política y legislación gubernamentales   2. Cambios sociales y técnicos   3. **Actividades y planes de marketing**   3. \_\_\_\_ es el primer paso en el proceso de internacionalización   * 1. Inversión extranjera   2. Exportación   3. **Licencia**   4. La empresa\_\_\_\_\_\_\_ produce en su país de origen o en un solo país y se centra en comercializar estos productos a escala mundial o viceversa.   * 1. Transnacional   2. Internacional   3. **Global**   5. La empresa\_\_\_\_\_\_\_ produce, comercializa, invierte y opera en todo el mundo   * 1. Global   2. Multinacional   3. **Transnacional** | |
| **Conjunto de herramientas (directrices, mejores prácticas, lista de control, lecciones aprendidas...)** | **Nombre** |  |
| **Descripción** |  |
| **Enlace de interés / nombre de archivo** |  |
| **Recursos (vídeos, enlace de referencia)** | [(PDF) Internationalization through business model innovation: In search of relevant design dimensions and elements (researchgate.net)](https://www.researchgate.net/publication/262767643_Internationalization_through_business_model_innovation_In_search_of_relevant_design_dimensions_and_elements)  [Internationalisation: Definition, Models, Products (studysmarter.us)](https://www.studysmarter.us/explanations/business-studies/business-development/internationalisation/)  <https://www.sitpune.edu.in/internationlization-objective>  [International Business Strategy EXPLAINED with EXAMPLES | B2U (business-to-you.com)](https://www.business-to-you.com/international-business-strategy/)  [Guide to Intercultural Communication in Business [+FREE webinar] (preply.com)](https://preply.com/en/blog/b2b-intercultural-communication-in-business/) | |
| **Material relacionado** | Pendiente de realización | |
| **PPT relacionado** | Plan de empresa para la internacionalización | |
| **Bibliografía** |  | |
| **Proporcionado por** | RDA of Northern Primorska | |