**Scheda Training**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Titolo** | Business plan per l’internazionalizzazione | |
| **Parole chiave (meta tag)** | Innovazione del modello di business, internazionalizzazione dell'impresa, imprenditorialità internazionale, modelli di business internazionali, modalità di ingresso | |
| **Language** | ITA | |
| **Objectives/ Goals/ Learning outcomes** | L'obiettivo è la comprensione dell'innovazione del modello di business, dell'internazionalizzazione dell'impresa, dell'imprenditorialità internazionale e del marketing globale in un modello concettuale. | |
| **Training area: (Select one)** | | |
| Strategie di internazionalizzazione | | **x** |
| E-commerce, marketing internazionale e digitale | |  |
| Vendita sociale | |  |
| Aspetti sociologici e culturali dell'export extra UE | |  |
| **Quadro Europeo della Qualificazioni (EQF)** | | |
| Livello 3 | |  |
| Livello 4 | | **X** |
| Livello 5 | |  |
| **Descrizione** | L'internazionalizzazione può richiedere alle aziende di adattare le caratteristiche dei prodotti e il branding per soddisfare le esigenze culturali e tecnologiche del mercato locale. Lo scopo di questo modulo formativo è quello di ampliare la comprensione dei modelli di business, dell'innovazione dei modelli di business e dell'internazionalizzazione delle aziende. Oltre a creare modelli che forniscano a manager e ricercatori una terminologia per descrivere l'internazionalizzazione attraverso l'innovazione dei modelli di business, nonché un linguaggio che promuova il dialogo e la comprensione condivisa. Quando un'azienda decide di internazionalizzare le proprie attività, si concentra sull'innovazione del modello di business. Questo porta a una concorrenza globalizzata non solo nella proposta di valore del contesto nazionale, ma anche nell'acquisizione e nell'impiego globale di risorse e attività. Ciò influisce anche sul miglioramento della proposta di valore dell'azienda, sulla creazione di nuovi canali e segmenti di mercato. | |
| **Contenuti organizzati in 3 livelli** | **Nome del modulo: Business plan per l'internazionalizzazione**  **1 Nome dell'unità: Introduzione**  1.1 Nome della sezione: Introduzione  1.2 Nome della sezione: Obiettivi  1.3 Nome della sezione: Obiettivo  **2 Nome dell'unità: I driver dell'internazionalizzazione**  2.1 Nome della sezione: Crescita  2.2 Nome della sezione: Migliorare la redditività  2.3 Nome della sezione: Aumentare la competitività  **3 Nome dell'unità: Entrare in nuovi mercati**  3.1 Nome della sezione: Esportazione  3.2 Nome della sezione: Licenze/Franchising  3.3 Nome della sezione: Joint venture  **4 Nome dell'unità: Preparazione del piano**  4.1 Nome della sezione: definire gli obiettivi  4.2 Nome della sezione: assegnare risorse temporali sufficienti  4.3 Nome della sezione: Assicurare le proiezioni finanziarie  **5 Nome dell'unità: Impatto sulle diverse funzioni aziendali**  5.1 Nome della sezione: Risorse umane  5.2 Nome della sezione: Finanza  5.3 Nome della sezione: Marketing  **6 Nome dell'unità: Comunicare**  6.1 Nome della sezione: L'importanza della comunicazione interculturale  6.2 Nome della sezione: Superare le barriere  6.3 Nome della sezione: Migliorare il vostro business interculturale | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Glossario** | Internazionalizzazione - L'internazionalizzazione è il processo con cui un'azienda si espande sui mercati esteri per conquistare una maggiore quota di mercato.  Globalizzazione - una condizione in cui le economie di tutto il mondo sono collegate attraverso il commercio e gli investimenti transfrontalieri. | |
| **Autovalutazione (domande e risposte a scelta multipla)** | **1. PMI sta per:**  a) Piccole e medie imprese  b) Società di gestione delle esportazioni  c) Piccoli e medi imprenditori  **2. I fattori chiave controllabili nel marketing globale sono:**  a) Politica e legislazione governativa  b) i cambiamenti sociali e tecnici  c) attività e piani di marketing  **3. \_\_\_\_ è il primo passo del processo di internazionalizzazione**  a) L’investimento estero  b) L’esportazione  c) La licenza  **4. Una società \_\_\_\_\_\_\_ produce in patria o in un solo Paese e si concentra sulla commercializzazione di questi prodotti a livello globale o viceversa**  a) Transnazionale  b) Internazionale  c) Globale  **5. Un’azienda \_\_\_\_\_\_\_ produce, commercializza, investe e opera in tutto il mondo**  a) Globale  b) Multinazionale  c) Transnazionale | |
| **Toolkit (linee guida, buone pratiche, checklist, lezioni apprese…)** | **Nome** |  |
| **Descrizione** |  |
| **Collegamenti d’interesse / nome del file** |  |
| **Risorse (video, riferimenti, link)** | [(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/) | |
| **Materiali correlati** | Da implementare | |
| **PPT correlato** | Business plan per l’internazionalizzazione | |
| **Bibliografia** |  | |
| **A cura di** | RDA of Northern Primorska | |