**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: Introducción1.2 Nombre de la sección: Objetivos1.3 Nombre de la sección: Metas 2 **Nombre de la unidad: Impulsores de la internacionalización**2.1 Nombre de la sección: Lograr el crecimiento2.2 Nombre de la sección: Mejorar la rentabilidad2.3 Nombre de la sección: Aumentar la competitividad3 **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 conjuntas4 **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 financieras5 **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 |