

International Business Management

L'internazionalizzazione è per le imprese italiane una sfida da affrontare e un'opportunità da cogliere. I mercati sempre più globalizzati spingono le imprese, non orientate all'export o non internazionalizzate, verso scenari di difficoltà e di crisi. Le imprese strutturate dispongono più facilmente di risorse manageriali e generalmente anche di risorse finanziarie adeguate per affrontare l'internazionalizzazione; quelle meno strutturate, esprimono una forte necessità di apprendere come affrontare i mercati esteri, di approfondire le strategie e le tecniche per cogliere le opportunità ed evitare le minacce e i rischi che i mercati esteri presentano, di acquisire le conoscenze per decidere il paese estero obiettivo per sviluppare un percorso d'internazionalizzazione.

Agenda (3 giorni)

Metodi di internazionalizzazione delle imprese.

L'ufficio export di una PMI e la figura dell'export manager.

Vantaggi dello scambio internazionale.

Analisi di rischio Paese politico e commerciale.

Strategie e Tecniche di penetrazione dei mercati esteri.

La progettazione di una ricerca di mercato di un paese estero.

Analisi del Paese obiettivo: mercato, segmentazione e modalità di vendita.

Strategie competitive e di sviluppo delle imprese nel mercato estero.

La progettazione, l'organizzazione e l'ottimizzazione della partecipazione alle fiere.

Pagamenti internazionali, garanzie bancarie e crediti documentari.

Gestione strategica dell'approvvigionamento internazionale.

Trasporti internazionali, assicurazione merci e termini di consegna della merce (Incoterms).

Spedizione, trasporto e documenti.

Price escalation.

Il piano strategico e il piano di marketing per l'internazionalizzazione.

Il piano operativo ed economico finanziario.

Focus su alcuni paesi esteri.

Obiettivi

Offrire una metodologia che aiuti il management ad impostare il processo d'internazionalizzazione e a gestire le relative problematiche.

Sviluppare competenze manageriali e fornire gli strumenti necessari per inserirsi in contesti internazionali, approfondendo le strategie di penetrazione nei mercati esteri, la gestione delle relazioni con i fornitori e partner esteri, nonché l'organizzazione dei processi produttivi, commerciali, amministrativi e finanziari.

Fornire le metodologie per l'analisi dei mercati esteri e le strategie di sviluppo, nonché le tecniche di posizionamento strategico.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Imprenditori, dirigenti e dipendenti delle piccole e medie imprese interessati ad approfondire la conoscenza delle strategie d'internazionalizzazione d'impresa e delle metodologie di gestione dei processi d'internazionalizzazione.

Prerequisiti

Conoscenze dei principali temi di General Management.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 1.690,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

10% sulla seconda

40% sulla terza

80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgrr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308

email: corsi@ssgrr.com

Reiss Romoli 2024