

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