

NUEVOS MEDIOS DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL

GLOBAL_
THINKING
GLOBAL LEADERS_

SEMINARIO PROFESIONAL – 24 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Ventas

OBJETIVOS

- » Dotar al asistente de una visión global sobre las diferentes herramientas existentes en promoción internacional.
- » Analizar la tendencia individual de cada una de ellas en un contexto nacional e internacional.
- » Reflexionar sobre los diferentes criterios existentes en la elección de las diferentes herramientas expuestas.
- » Disponer de una metodología de toma de decisiones a la hora de la participación en cualquier evento de promoción internacional.

PROGRAMA - FASES

- » Introducción.
- » Las ferias/exposiciones como herramientas de promoción internacional.
- » Congresos como herramientas de promoción internacional.
- » Las Misiones como herramientas de promoción internacional.
- » Show Rooms como herramientas de promoción internacional.
- » Las promociones de venta como herramientas de promoción internacional.
- » Portales sectoriales.
- » Catálogos de exportadores.
- » Internet.
- » Cluster/consorcios.
- » CRM/Base de datos de importadores.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Dirigido a todos aquellos profesionales localizados dentro de la organización que tienen que promover la comercialización de los productos y servicios en mercados internacionales.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*