

Competencias del Master in International Business

Además de las Competencias Básicas, Generales y Transversales, se desarrollarán las siguientes **competencias específicas**:

- Diseñar una metodología de componentes múltiples para **medir el atractivo** un país como **mercado de los productos y servicios** de una empresa; como suministrador de productos y servicios finales o intermedios de una empresa; y como plataforma de producción de los productos y servicios de una empresa.
- Aplicar una metodología de componentes múltiples para medir el atractivo de los países de una región como **potenciales clientes**, suministradores y plataforma de producción de una empresa.
- Evaluar las diferentes **opciones estratégicas** que tienen las empresas para internacionalizarse.
- Diseñar la **estrategia de internacionalización** adecuadas al sector, a la etapa del proceso de expansión internacional y al mercado o ámbito territorial en que pretende operar una empresa.
- Determinar las herramientas avanzadas de investigación de mercados para **identificar las necesidades de los clientes**.
- Aplicar las herramientas avanzadas de investigación de mercados son las más adecuadas para identificar las necesidades de los clientes en cada **mercado internacional**.
- Evaluar las diferentes combinaciones del **marketing mix internacional**.
- Aplicar la política de **marketing mix** más adecuada para un determinado mercado internacional.
- Valorar las características de las diferentes fuentes que tiene la empresa para financiar su **proceso de internacionalización**.

- Determinar la **combinación de instrumentos financieros y fiscales** más adecuada para financiar el proceso de internacionalización de la empresa en cada mercado internacional.
- Aplica los **activos financieros y elementos legales** más adecuados para minimizar el riesgo inherente a la actividad internacional en cada mercado.
- Definir las **políticas y técnicas de selección** para el personal expatriado y local adecuadas a las características concretas (económicas, socio-laborales, tradiciones...) de los diferentes mercados internacionales en los que la empresa opera.
- Identificar las necesidades de **formación intercultural** de los expatriados y del personal local para una mejor adaptación.
- Establecer un **plan de retribución internacional** para los expatriados y para el personal de las filiales internacionales.
- Diseña **canales de comunicación** entre los directivos y empleados de distintas filiales con la matriz.
- Diseñar un plan de **desarrollo profesional internacional** para el personal a expatriar, para el local y para el personal a repatriar.
- Adecuar el **plan de selección internacional** de la empresa a las características concretas (económicas, socio-laborales, tradiciones...) de los diferentes mercados internacionales en los que la empresa opera.
- Acomodar el **plan de retribución internacional** a los sistemas de retribución y a las características de las compensaciones extrasalariales existentes en cada mercado internacional.
- Ajustar el **sistema de comunicación** interno a las características culturales (sociales y profesionales) de los diferentes mercados internacionales.
- Adecuar el **plan de desarrollo profesional internacional** para el personal a expatriar, para el local y para el personal.

