

**MÓDULO 2****I. INFORMACIÓN GENERAL**

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Módulo                   | : <b>Estudio de mercado.</b>   |
| Público objetivo         | : Usuarios exportadores y potenciales exportadores.  |
| Requisitos y condiciones | : Se requiere acceso a internet y registrarse de forma gratuita en la plataforma virtual Moodle. |
| Duración                 | : 2 semanas.   |

**II. INTRODUCCIÓN**

El Comercio exterior ha registrado un crecimiento importante en los últimos años y representa para las empresas peruanas una oportunidad para diversificar sus mercados y ampliar su oferta exportable. Para ello, las empresas deben conocer los fundamentos de la gestión estratégica y operativa de la exportación que les permita acceder a los mercados internacionales competitivamente.

En ese sentido, PROMPERU ha desarrollado esta plataforma virtual con módulos de aprendizaje didácticos, contenido innovador y recursos de gran utilidad para satisfacer las necesidades de capacitación de los usuarios exportadores y potenciales exportadores.

**III. FUNDAMENTACIÓN DEL MÓDULO**

Este segundo módulo de aprendizaje permitirá al usuario exportador o potencial exportador, conocer el impacto del entorno global de negocios en las exportaciones, identificar los factores clave de la selección del mercado internacional y las fuentes de información más relevantes para conducir el estudio de mercado.

**IV. OBJETIVO GENERAL**

**Recabar** información sobre los mercados potenciales entendiendo el impacto del entorno global de negocios en las exportaciones y la integración comercial, identificando las condiciones, situación y criterios para su selección y utilizando las fuentes de información más relevantes para su estudio.

**V. LOGRO ESPERADO**

El usuario exportador/potencial exportador:

1. Identifica el entorno global de negocios, las mega tendencias internacionales y los organismos multilaterales del comercio internacional.

2. Reconoce el impacto de la globalización y los acuerdos comerciales como mecanismo de integración comercial.
3. Identifica el concepto de inteligencia comercial y selección de los mercados externos, utilizando criterios para seleccionarlos.
4. Reconoce la estructura del mercado y su competitividad para su correcta prospección.
5. Reconoce los criterios más importantes para la realización de estudios de mercado, analizando sus condiciones, situación actual/futura, demanda y oferta.
6. Recaba información sobre los mercados potenciales.

## VI. ESTRUCTURA DEL CURSO

El módulo 2 denominado Estudio de mercado consta de los siguientes temas y subtemas:

|  |  |
|--|--|
| 1. Entorno global de negocios y mega tendencias            | 1.1. Globalización y mega tendencias<br>1.2. Organismos multilaterales del comercio  |
| 2. Globalización de mercados                               | 2.1. Integración económica<br>2.2. Acuerdos comerciales<br>2.3. Preferencias arancelarias  |
| 3. Selección de mercados externos e Inteligencia comercial | 3.1. Inteligencia comercial<br>3.2. Selección de mercados<br>3.3. Criterios de selección   |
| 4. Prospección de mercados                                 | 4.1. Competitividad y clima de negocios<br>4.2. Perfil sectorial y productivo<br>4.3. Estructura del mercado   |
| 5. Estudios de mercados                                    | 5.1. Condiciones políticas, económicas y sociales<br>5.2. Situación actual y tendencias del mercado<br>5.3. Caracterización, análisis y proyección de la demanda<br>5.4. Caracterización, análisis y proyección de la oferta<br>5.5. Marketing mix |
| 6. Ruta Exportadora y acceso a mercados                    | 6.1. Ruta Exportadora y acceso a mercados<br>6.2. Plataforma EXPORTEMOS  |

## VII. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE

El curso virtual se desarrollará a través de videos de presentación e introductorios a las diferentes temáticas a desarrollar, recursos bibliográficos actualizados tales como; enlaces a documentos de texto, enlaces web y presentaciones digitales, así como lecturas complementarias.

El contenido del curso a través de sus lecciones es flexible y se ajusta a la disponibilidad de tiempo del usuario, accediendo al mismo en los momentos que lo requiera. Al finalizar cada módulo, el usuario encontrará un test de autoevaluación para medir los conocimientos adquiridos en cada módulo. Es recomendable que se realicen para que el usuario pueda identificar el avance formativo y logros de aprendizaje y así obtener el máximo provecho del curso.

### VIII. EVALUACIÓN

La evaluación es formativa y de proceso a lo largo de cada módulo. El usuario deberá demostrar la capacidad de manejo de información y conocimiento de cada tema y subtema desarrollado, a través de los test de autoevaluación