Librería

Bonilla y Asociados

desde 1950

Título:

Autor: García Sordo, Juan B.

Precio: $441.00

Editorial:

Año: 2007

Tema:

Edición: 2ª

Sinopsis

ISBN: 9789701061756

Se incluyeron 8 casos nuevos de empresas con operación en México. Un enfoque más hacia la globalización, más que a la operación internacional de las empresas y los distintos factores que influyen su desarrollo. Contenido Parte I Introducción al marketing internacional. 1. Necesidad y alcance del marketing internacional. 2. Dimensión histórica y antecedentes del comercio internacional. 3. Teorías del comercio y desarrollo económico. Parte II El marketing global y su entorno. 4. Ambiente cultural. 5. Ambiente político. 6. Ambiente legal. Parte III Mercados globales. 7. Nuevos bloques de mercados multinacionales. 8. Investigación de mercados internacionales. 9. Estrategia corporativa latinoamericana bajo el nuevo regionalismo. Parte IV Diseño del plan de marketing. 10. Planeación estratégica y estructura organizacional. 11. Logística internacional. 12. Desarrollo de productos para mercados globales. 13. Organización y control del marketing internacional. 14. Estrategias de precios. 15. La publicidad global y el esfuerzo de promoción. Apéndice: Publicidad global y esfuerzo de promoción

Teléfonos: 55 44 73 40 y 55 44 72 91

www.libreriabonilla.com.mx