Librería

Bonilla y Asociados

desde 1950

Título:

Autor:

Precio: $407.00

Editorial:

Año: 2010

Tema:

Edición: 14ª

Sinopsis

ISBN: 9786071502766

Los cambios económicos, políticos y sociales que se dieron durante la última década alteraron de manera drástica el panorama de los negocios mundiales. Conforme crece la economía global, se vuelve muy importante comprender el marketing en todas las culturas Marketing internacional atiende los aspectos mundiales y describe conceptos pertinentes para todos los mercadólogos, cualquiera que sea el alcance de su participación internacional. La presente obra brinda un enfoque y un marco para identificar y analizar la idiosincrasia cultural y ambiental de cada nación o región del mundo. Así, al estudiar las actividades de marketing en un entorno extranjero, el lector no podrá pasar por alto la trascendencia de los aspectos culturales decisivos. La naturaleza dinámica del mercado internacional se refleja en la cantidad de temas sustancialmente mejorados y ampliados que contiene esta edición, entre los cuales podemos destacar: Análisis más profundo de las causas de las diferencias culturales. Grandes mercados emergentes (GME). Investigación multicultural. Investigación cualitativa y cuantitativa. Efecto país-de-origen y marcas globales. Marketing internacional, de Cateora, Gilly y Graham, siempre ha sido un pionero en el campo del marketing internacional. Los autores siguen fijando la norma en esta edición con temas nuevos y ampliados que reflejan los cambios repentinos de un mercado mundial competitivo en expansión, así como una mayor cobertura de la trascendencia de la tecnología sobre el campo del marketing internacional.

Teléfonos: 55 44 73 40 y 55 44 72 91

www.libreriabonilla.com.mx