

LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

La mercadotecnia internacional la reconocemos como esas estrategias y acciones que crean y permiten a las empresas tener oferta de productos y servicios en diferentes mercados fuera de su país de origen. En el ambiente globalizado en el cual se desenvuelven las empresas, comprender este enfoque es primordial para competir eficientemente en contextos culturales, económicos y legales diversos.

Este tema aborda el concepto y la importancia de la mercadotecnia internacional, así como los elementos que conforman el marketing mix: producto, precio, plaza y promoción, mismos que se deben diseñar y adaptar estratégicamente para lograr una expansión exitosa.

Referencia:

Quiñones Navarro, Rosa Estela. (2012) Mercadotecnia Internacional. Red tercer milenio.
Recuperado de: <https://bqm.com.pe/libros/Mercadotecnia%20internacional.pdf>