



**UAdeC**

## UNIDAD 4

# ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN Y PROMOCIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL



# **UNIDAD 4. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN Y PROMOCIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL**

## **INTRODUCCIÓN A LA UNIDAD**

En esta unidad estudiaremos cómo las empresas logran que sus productos lleguen de forma eficiente a los mercados internacionales mediante estrategias adecuadas de distribución y promoción. Analizaremos los canales de distribución, su diseño y clasificación, así como la selección y administración de intermediarios y la distribución física.

También abordaremos las principales herramientas de promoción internacional, como las campañas publicitarias, publicaciones especializadas, marketing directo, internet, ferias y misiones comerciales.

Al finalizar la unidad, el estudiante comprenderá cómo una correcta estrategia de distribución y promoción fortalece la presencia internacional de una empresa y mejora su competitividad en el mercado global.

## **OBJETIVO DE LA UNIDAD**

El estudiante desarrollará la estrategia de la distribución dentro del modelo de la mezcla mercadológica a una escala global. Esta etapa del proceso de la mercadotecnia internacional consiste en la definición de los canales de distribución, sistemas y tipos de distribución que usarán las empresas globales para mover el producto de un punto de origen a su destino, con el objetivo de llegar a la mayor cantidad de clientes.

## **CONTENIDO TEMÁTICO**

### **UNIDAD IV: Estrategia de Distribución y Promoción en el Mercado Internacional**

- Estrategias de Distribución.
  - Canales de Distribución.

# UNIDAD 4. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN Y PROMOCIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL

- Diseño del Canal de Distribución.
- Clasificación de los Canales de Distribución.
- Selección y Tipo de Intermediarios.
- Administración del Canal y Distribución Física
- Estrategias de promoción.
  - Planeación de Campañas de Promoción Internacionales.
  - Publicaciones de Negocios, Especializadas y Directorios.
  - Marketing Directo.
  - Internet.
  - Ferias, Exposiciones y Misiones Comerciales.

## EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

EVALUACIÓN	PUNTOS
ACTIVIDAD: CAMPAÑA INTERNACIONAL	4
ACTIVIDAD: DISTRIBUCIÓN FÍSICA	4
CONTROL DE LECTURA: INTERNET	2
FORO: MARKETING DIRECTO	3
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD	2
TOTAL	15 PUNTOS

## ACTIVIDADES DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	ACTIVIDAD
Planeación de Campañas de Promoción Internacionales	Planeación de Campañas de Promoción Internacionales	Campaña Internacional
Administración del Canal y Distribución Física	Administración del Canal y Distribución Física	Distribución Física