

## **Temas**

- Diferencias entre mercadotecnia nacional e internacional
- Diagnóstico interno de la empresa
- Diagnóstico del mercado Internacional
- Relación de fuerza y debilidades de la empresa, oportunidades y amenazas
- Métodos de selección de mercados
- Componentes de un producto
- Influencia de la cultura y otros factores ambientales
- Relación de precio y calidad
- Proceso de desarrollo de nuevos productos internacionales

### **ESTRATEGIA DISTRIBUCIÓN**

Canal de distribución y tráfico

- Tipos de canales
- Variables en la selección de canales
- Tipos de intermediarios

### **PRECIO**

- Rol del precio
- Dumping y mercado gris
- Contra comercio

### **ESTRATEGIA PROMOCION INTERNACIONAL**

- Elementos de mezcla promocional
- Estrategia de venta internacional personal

### **ESTRATEGIA PROMOCIÓN INTERNACIONAL**

- Situaciones uso recomendado
- Restricciones a la venta personal
- Venta directa y herramientas
- Estrategia de relaciones públicas internacionales

## **Bibliografía**

Nombre del Libro: Fundamentos de Marketing Autor (es): LAMB HAIR MC, Daniel Editorial: Thomson Fecha de publicación: 2006

Nombre del Libro: Marketing Internacional Autor (es): CZINKOTA, Michael R., RONKAINEN, Ilkka A. Editorial: Cengage Learning Editores Fecha de publicación: 2010 10ª Edición

Nombre del Libro: Dirección de Mercadotecnia Autor (es): KOTLER PHILIP Editorial: Pearson Fecha de publicación: 2012 14ª Edición