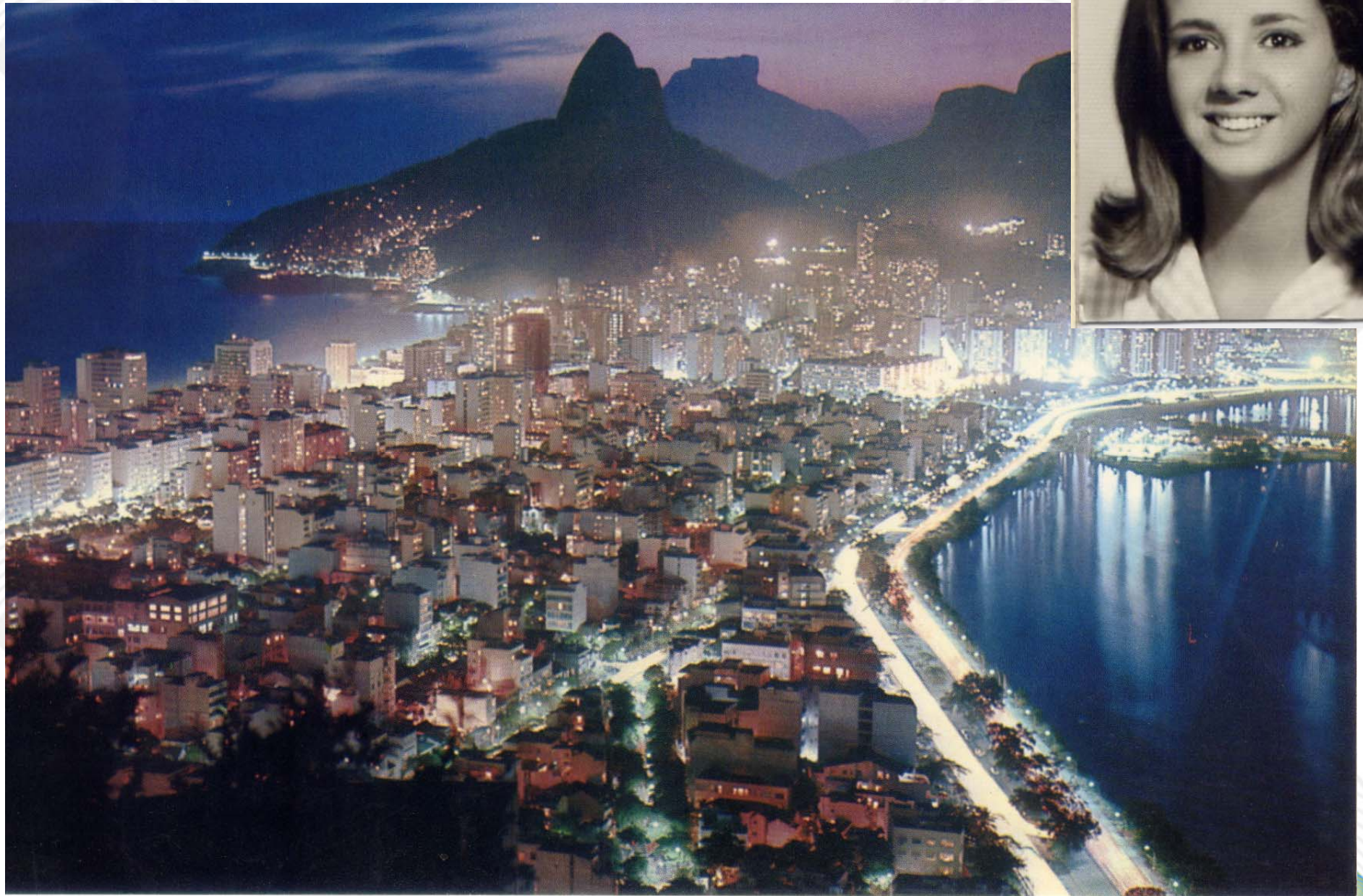




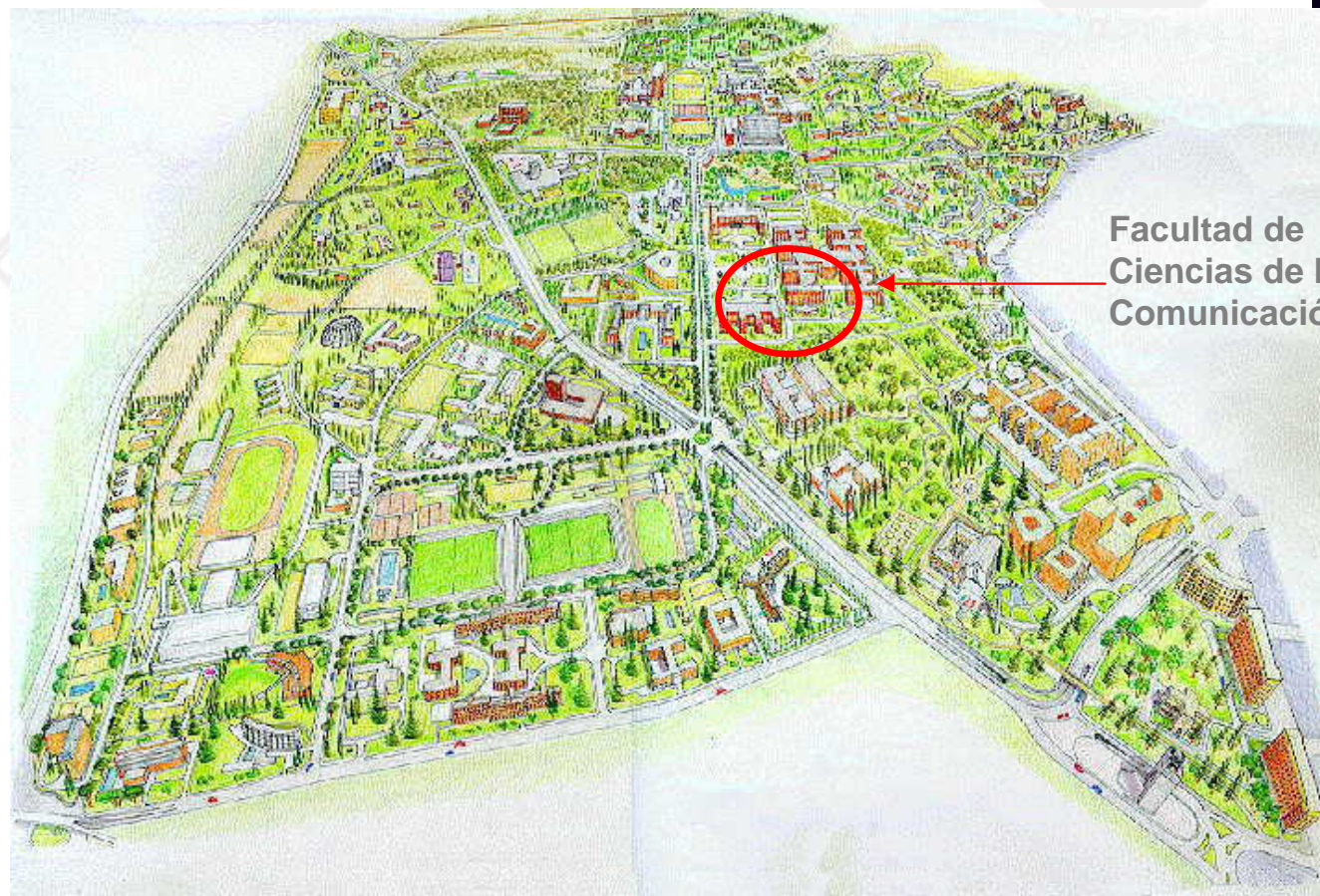
SEMINARIO “COMO ELABORAR UN PLAN DE MARKETING”







UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID



Facultad de
Ciencias de la
Comunicación

INSTITUTO DE EMPRESA (Madrid)





Honey Moon



Del Comercio Nacional al Internacional



Selección del Mercado Meta

Del Comercio Nacional al Internacional





Entorno
Económico

Entorno
Político y Legal

Entorno
Cultural

**Selección del
Mercado Meta**

Entorno
Financiero

Del Comercio Nacional al Internacional



PROEX

Comisión para la Promoción de Exportaciones

Profesora Diana Linklater



IMAITEC
Consultores





Etapas de la internacionalización de mercados

Investigación

Internacionales

Entorno Económico

Entorno Político y Legal

Entorno Cultural

Selección del Mercado Meta

Entorno Financiero

Del Comercio Nacional al Internacional





Objetivos

Estrategias de entrada

Etapas de la internacionalización de mercados

Entorno Económico

Entorno Político y Legal

Entorno Cultural

Selección del Mercado Meta

Entorno Financiero

Del Comercio Nacional al Internacional

Objetivos

Objetivos

Investigación

internacionales





Estrategia de producto internacional

Objetivos

Objetivos

Estrategias de entrada

Etapas de la internacionalización

de mercados

Objetivos internacionales

Entorno Económico

Entorno Político y Legal

Investigación

Entorno Cultural

Selección del Mercado Meta

Entorno Financiero

Del Comercio Nacional al Internacional



Estrategia de precios Internacionales

Estrategia de producto internacional

Objetivos

Estrategias de entrada

Etapas de la internacionalización

de mercados

Entorno Económico

Entorno Político y Legal

Entorno Cultural

Selección del Mercado Meta

Entorno Financiero

Del Comercio Nacional al Internacional

Objetivos

Objetivos internacionales

Investigación











Presupuesto

Estrategia de precios Internacionales

Estrategia de Distribución internacional

Organización

Estrategia de producto internacional

Objetivos

Objetivos

Estrategias de entrada

Etapas de la internacionalización de mercados

Estrategia de Comunicación internacional

Objetivos internacionales

Investigación

Entorno Económico

Entorno Político y Legal

Entorno Cultural

Selección del Mercado Meta

Entorno Financiero

Del Comercio Nacional al Internacional

Plan de Marketing Internacional

