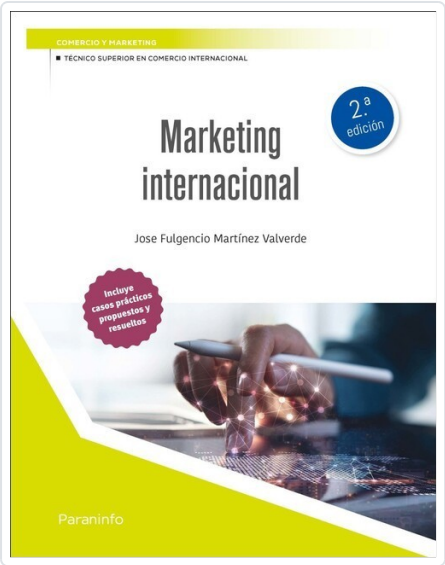
MARKETING INTERNACIONAL 2.ª EDICION 2026



MARTINEZ VALVERDE, JOSE FULGENCIO

Editorial	PARANINFO
Materia	Comercio internacional
Colección	Comercio y Marketing
EAN	9788428375528
Status	Normal
Páginas	288
Tamaño	270x210x0 mm.
Peso	760
Precio (Imp. inc.)	31,00€

SINOPSIS

La planificación estratégica fundamenta el éxito de la expansión en mercados internacionales. Este libro desarrolla los contenidos del módulo profesional de Marketing internacional, correspondiente al Ciclo Formativo de grado superior en Comercio Internacional, perteneciente a la familia profesional de Comercio y Marketing. En esta nueva edición, totalmente revisada y actualizada, los contenidos se estructuran en seis unidades clave. El recorrido se inicia con una aproximación a las nociones fundamentales y al contexto actual del marketing internacional, para profundizar después en el diseño e implementación de políticas comerciales en mercados exteriores. La obra ofrece una visión estratégica integral a través de la metodología para la elaboración de un plan de marketing internacional. Aunque la materia posee un marcado carácter técnico, este libro ha sido diseñado para facilitar el aprendizaje con un lenguaje cercano y sencillo. La teoría se refuerza con un potente soporte visual que incluye figuras, tablas, mapas conceptuales y más de 150 actividades prácticas. El autor, Jose Fulgencio Martínez Valverde, diplomado en Ciencias Empresariales y licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado, comenzó su trayectoria profesional en el ámbito de la consultoría estratégica. Actualmente está especializado en el diseño y desarrollo efectivo de estrategias de comunicación y marketing digital....

Títulos relacionados



ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR Y USUARIO
LÓPEZ SALAS, SERGIO



GESTIÓN DE PROVEEDORES
SANCHEZ ESTELLA, OSCAR



DISEÑO Y ELABORACIÓN DE MATERIAL DE COMUNICACIÓN
IGLESIAS ÁLVAREZ, ADRIANA MARIA



TRATAMIENTO INFORMÁTICO DE DATOS 2.ª EDICIÓN

SANCHEZ ESTELLA, OSCAR;HERRERO DOMINGO, RICARDO