



Quién es quién, actualidad, estudios, tendencias, agenda, networking



INICIO | QUIEN ES QUIEN | CLUB M&C | SOBRE MUJERES&CIA | CONFERENCIAS | ENLACES | LAS TOP 100 | CONTACTO

VIERNES 16 DE ABRIL - 12:12

Mapa Del Sitio

ZONA OPINIÓN

LIBROS DE EMPRESA

ZONA INFORMACIÓN

ZONA MUJERES

ZONA EMPLEO/RECURSOS

ZONA EMPRESAS

ZONA ECO/CIENCIA/TIC

ZONA SOCIEDAD

ZONA OCIO Y CULTURA

ZONA CONSUMO

ZONA ASOCIACIONES

ZONA VIDA PERSONAL

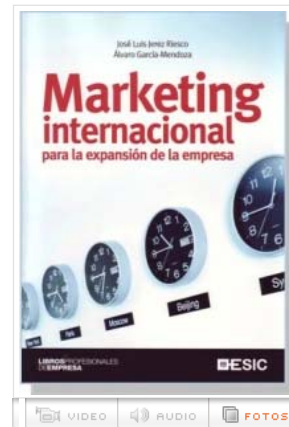
JEREZ RIESCO Y GARCÍA-MENDOZA / ESIC

15/04/2010

## Marketing internacional para la expansión de la empresa

La competencia creciente para acceder a nuevos nichos y segmentos de mercado en el ámbito internacional, es un gran desafío. Los **márgenes elásticos del marketing internacional** alumbran **estrategias** para abordar las ecuaciones múltiples del comercio exterior y encontrar la mejor secuencia para realizar negocios rebasando con éxito fronteras lingüísticas, económicas, políticas y culturales.

El dinamismo empresarial, basado en la permanente toma de decisiones ponderadas y responsables, no puede permanecer anquilosado en el espacio y en el tiempo, ni mostrarse indiferente a los cambios del entorno de los mercados, si no desea posicionarse en el declive y la marginalidad de la obsolescencia. La clave del éxito hoy, en el mundo de los negocios, reside precisamente en la adaptación y flexibilidad en un ámbito de transformaciones continuas, de progreso tecnológico y de adecuación en un marco de actuaciones altamente competitivo.



VIDEO AUDIO FOTOS

**La clave del éxito hoy, en el mundo de los negocios, reside precisamente en la adaptación y flexibilidad en un ámbito de transformaciones continuas, de progreso tecnológico y de adecuación en un marco de actuaciones altamente competitivo.**

El conocimiento de las **nuevas tendencias** y el abanico de posibilidades que el Marketing Internacional posibilita a las empresas marcan un nuevo cauce, una **alternativa innovadora, un enfoque diferente y una estrategia operativa eficaz** para la capacidad de expansión y el aprovechamiento de las sinergias y potencialidades empresariales.

En una economía mundial, cada día más globalizada e interdependiente, conocer las **ventajas competitivas** y la estructura de los mercados exteriores, evaluando las oportunidades de mercado y conjugando adecuadamente las multivariantes, es asumir el reto de las nuevas estrategias con garantías de futuro.

El Marketing Internacional, orientado hacia la expansión de las empresas, es el objetivo marcado, punto de partida y meta de llegada, que orienta el contenido del texto planteado por sus autores en términos de formación, confianza y proyección consolidada para las voluntades emprendedoras.

Editorial: ESIC

Páginas: 296

También te pueden interesar...

- [Autocoaching](#)
- [Profesionales en evolución](#)
- [Marketing y videojuegos](#)
- [Convencer](#)
- [A por la gran idea](#)
- [Cincuenta + Diez](#)
- [¿Quieres salvar tu empresa?](#)
- [La mirada social](#)
- [Liderazgo zero](#)
- [El líder transcultural](#)
- [En clave de talento](#)

¿Ya has visitado [Libros de Empresa](#) en nuestra **ZONA OCIO Y CULTURA**?

BUSCAR EN EL SITIO

SUSCRIBIRSE AL NEWSLETTER

Nombre

Apellido

Su e-mail

enviar

AGENDA

apr 2010

L	M	M	J	V	S	D
		1	2	3	4	
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Eventos Próximos

Miradas Cruzadas: Diálogo sobre Conciliación e Igualdad...

Primer Encuentro de Gestión de la Marca Personal...

Taller de Negociación y Networking...

[ver todos >>](#)



Primer Encuentro de Gestión de la Marca Personal





Fuente: ESIC



[INICIO](#) | [QUIENES SOMOS](#) | [COLABORADORES](#) | [¿QUIERES COLABORAR?](#) | [RECOMIENDA M&C](#) | [SUGERENCIAS](#) | [ANUNCIA](#) | [NOTA LEGAL](#)

