

Planeación estratégica del mercadeo internacional

Síntesis: Análisis estratégico del mercado internacional



El componente “Plan de mercadeo internacional” brinda al aprendiz las herramientas necesarias para formular planes de mercadeo internacional, integrando el análisis de objetivos, el diagnóstico del entorno y la estructuración de estrategias orientadas a la internacionalización. A partir de una metodología clara y técnica, se fortalecen habilidades para diseñar acciones concretas que permitan a las organizaciones competir y posicionarse en mercados globales. Este proceso incluye el uso de recursos, criterios de diseño y herramientas que favorecen la toma de decisiones acertadas en contextos diversos, promoviendo así un enfoque estratégico, adaptable e innovador en el ámbito del comercio internacional.

