



Monografía No. 001

# ELEMENTOS DE MARKETING INTERNACIONAL

---

César Augusto Torres López

---



UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA

Santa Fe de Bogotá, D.C. 1997

## TABLA DE CONTENIDO

<b>PRESENTACIÓN</b> .....	5
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	7
<b>UNIDAD I</b>	
<b>MARKETING INTERNACIONAL</b> .....	9
<b>UNIDAD II</b>	
<b>FIJACIÓN DE OBJETIVOS Y FORMULACIÓN</b> .....	14
Fase de Análisis Preliminar.....	14
El proceso en la toma de decisiones a nivel del Marketing.....	15
<b>CONCEPTOS DE MERCADO Y CRITERIO PARA LA SEGMENTACIÓN</b> .....	17
Segmentación del mercado.....	17
Segmentación del mercado industrial.....	20
Segmentación del mercado intermediario.....	20
Segmentación del mercado consumidor.....	21
<b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES</b> .....	25
<b>UNIDAD III</b>	
<b>GLOSARIO DE COMERCIO INTERNACIONAL</b> .....	35