

ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

Canales de distribución

los canales de distribución reviste gran importancia, ya que es el medio del que se vale el fabricante para poner sus productos al alcance de los consumidores o los usuarios industriales

CLASIFICACIÓN

Mayorista o distribuidor
Detallista
Agentes

Mercadotecnia internacional

El marketing internacional es el objetivo que se propone toda empresa que decide ofrecer sus productos al extranjero

importante

tomar conciencia de las diferentes necesidades que existen según la región, cultura o religión a la hora de expandir los productos de manera eficiente.

estrategia competitiva

La estrategia competitiva de una empresa es la definición del conjunto de acciones sobre cómo una empresa compite en un mercado con los productos y servicios que ofrece.

Tipos

Las estrategias competitivas pueden ser de tres tipos: estrategia de liderazgo de costes, estrategia de liderazgo de diferenciación y estrategia de enfoque o segmentación.

Canales de distribución

Los Recursos Humanos se definen como las actividades esenciales de las personas para lograr los objetivos de

actividades

Obtener personas o Prepararlas o Estimularlas o Conservarlas

UDS

nombre del alumno: Juan Jose Rodríguez Galindo

nombre del maestro: Salomon Vázquez

trabajo: cuadro sinoptico

**materia: desarrollo de pequeña
y mediana empresas**

cuatrimestre: 9

fecha: 5/06/2024