

POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN EN EL MARKETING INTERNACIONAL

SKU: EVOL-2945-VNO-B | **Categorías:** [COMERCIO Y MARKETING](#), [Marketing](#), [Publicidad y Comunicación](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [20](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Créditos ECTS [0](#)

CURSO TEMÁTICO

Objetivos

- Enumerar y explicar las distintas tipologías de canales de distribución internacional, sus funciones y las variables que influyen en su estructura.
- Delimitar los elementos que integran la estructura de costes de la labor comercial de la empresa en los mercados internacionales.

Contenidos

1. Canales de distribución.
2. Aspectos a considerar en el diseño y selección de los canales de distribución internacionales.
3. Determinación de la localización y tipología de los puntos de venta.
4. Las relaciones internas del canal.
5. Fórmulas de entrada en los mercados exteriores.
6. Aspectos a considerar en la adaptación de la función de distribución en diferentes entornos internacionales.
7. Internet como canal de distribución internacional.

