

Marketing Internacional Frank Bradley

La quinta edición de Marketing Internacional de Frank Bradley refleja íntegramente la amplia gama de tareas a las que se enfrenta la empresa en el competitivo ámbito actual de los negocios. Bradley explica cómo se integran las distintas estrategias de desarrollo y entrada al mercado en el contexto de una serie de decisiones que reflejan un juego cruzado entre el entorno de marketing internacional, las fuerzas tecnológicas y los puntos fuertes y débiles de la empresa. Escrito desde el punto de vista de la empresa competitiva en mercados internacionales, independientemente del país de origen, este libro basado en la investigación está dirigido a postgraduados cuya especialidad sea el comercio internacional enfocado al marketing, estudiantes universitarios que ya hayan realizado algún curso de gestión de marketing, investigadores interesados en la internacionalización de la empresa y ejecutivos que quieran conocer más sobre desarrollo de la gestión en la estrategia global. Basado en escenarios y conceptos sometidos a análisis en combinación con numerosos ejemplos reales, ilustraciones y un carácter pedagógico sólido, *Marketing internacional* es un valioso e indispensable recurso para añadir a cualquier colección de libros de marketing internacional.