

ORGANIZACIÓN, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL MARKETING

OBJETIVOS

Describir los diferentes diseños organizacionales para el marketing internacional.

Evaluar la implementación de estructuras organizacionales.

“Un príncipe, por tanto, no debería tener otro objetivo o pensamiento, ni estudiar otras cuestiones que no fueren la guerra y su organización y disciplina, pues es el único arte que necesita aquel que ostente el mando”.

Macchiavello

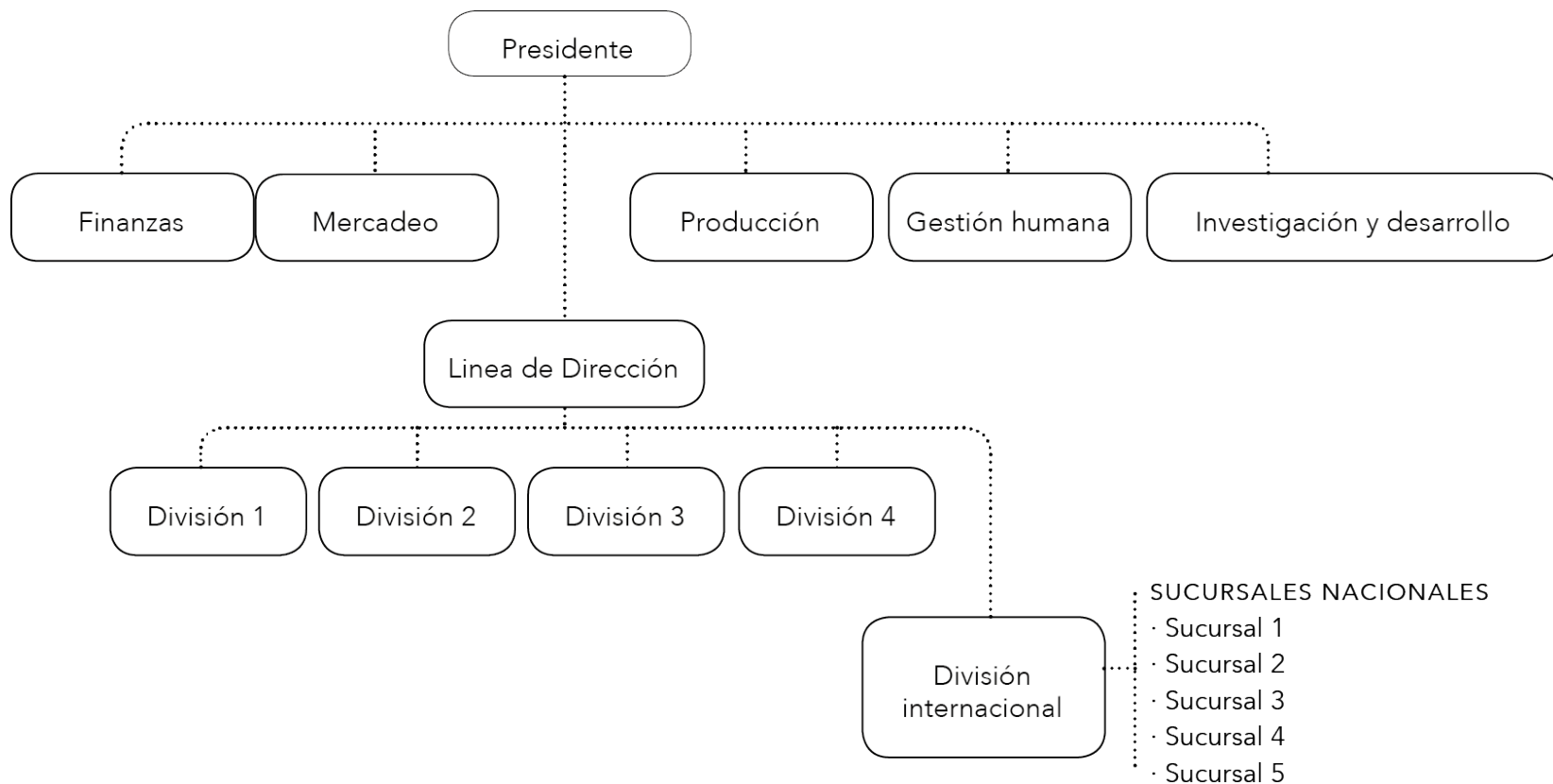
Introducción

Los mercados internacionales ofrecen muchas oportunidades de crecimiento y expansión. Al aprovechar estas oportunidades, los gerentes internacionales diseñan diversas estrategias para ajustarse a los diferentes mercados en la organización, ejecución y control del marketing y competir en ellos con éxito.

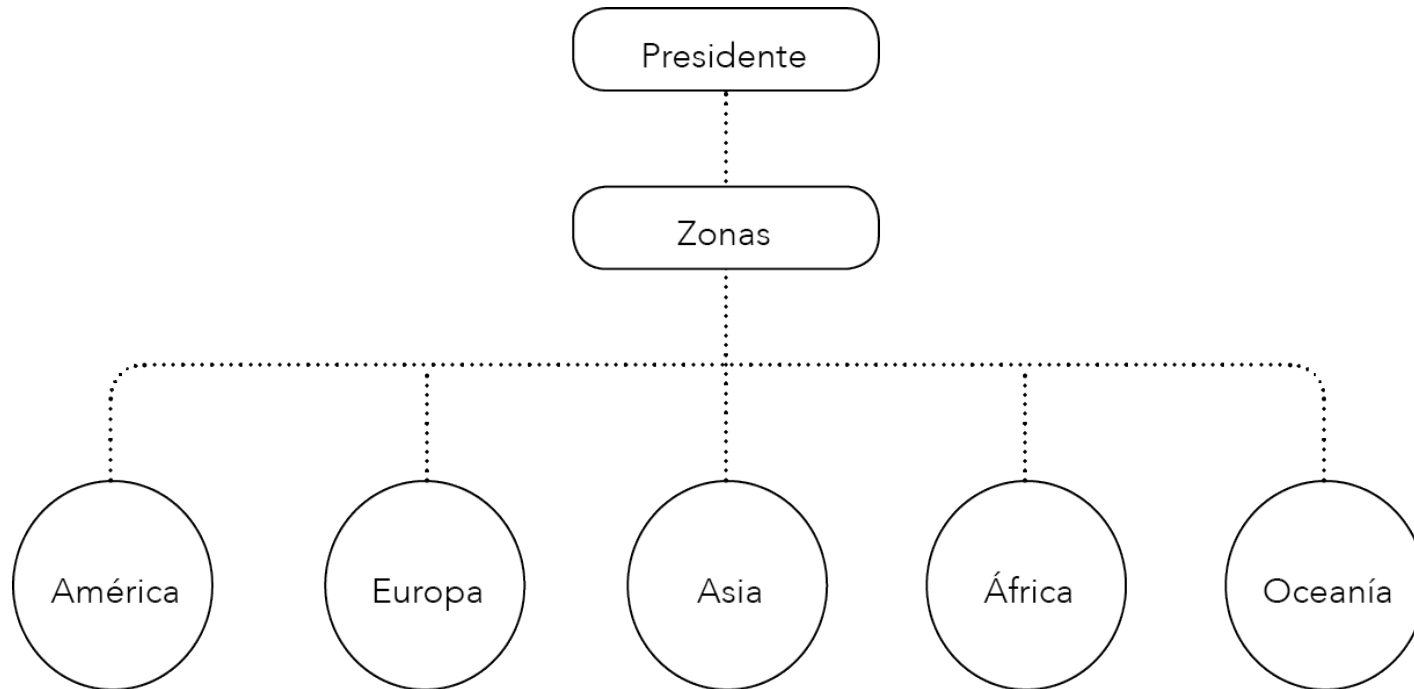
Las funciones básicas de una organización buscan proporcionar lo siguiente:

- Una secuencia y un centro de toma de decisiones y coordinación
- Un sistema de información y comunicaciones.

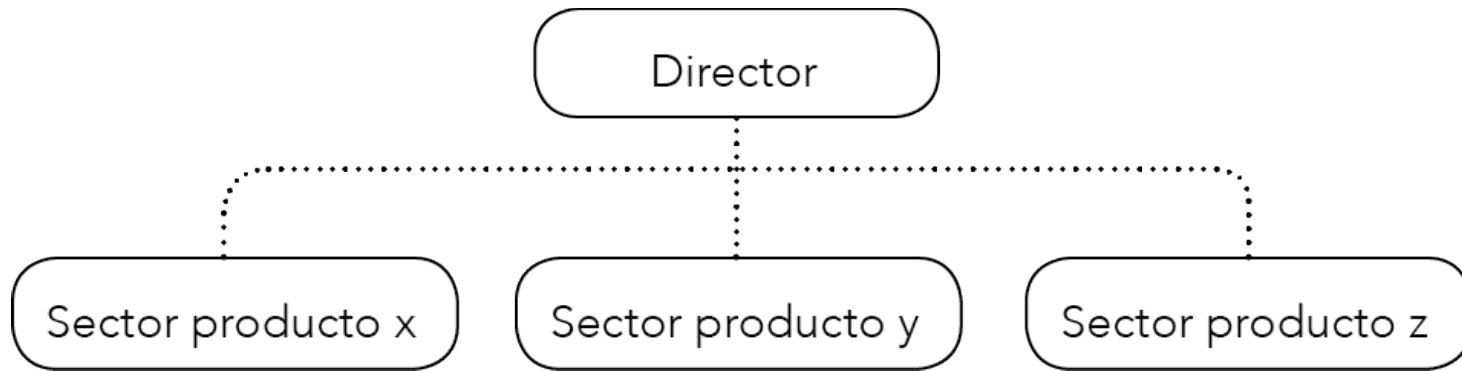
Diseños organizacionales de las empresas estructura de división internacional



Diseños organizacionales de las empresas estructura geográfica



Diseños organizacionales de las empresas estructura de productos



Diseños organizacionales de las empresas estructura de matriz

