



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL  
FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS



## INTERNATIONAL MARKETING

SECOND EXAM

II TERM 2010-2011

FEBRUARY 1<sup>ST</sup> 2011

NOMBRE: \_\_\_\_\_ PARALELO: \_\_\_\_\_

TEACHER: Olga C. Martín Moreno, MMGC

**Conteste las siguientes preguntas (85 puntos):**

1. ¿Qué debemos estudiar en política pública cuando analizamos la ventaja competitiva en mercados integrados?
2. ¿Cuál es la diferencia entre un distribuidor y un agente
3. ¿Cuáles son las etapas de desarrollo económico?
4. ¿Por qué debemos de contemplar las fases del marketing mix cuando introducimos un producto en un Mercado?, explique cada variable

**Desarrolle lo siguiente (15 puntos)**

5. Desarrolle y explique la estrategia de canales para entrar a un nuevo mercado