

Identificação da Componente

Componente Curricular: **Marketing Internacional**

Código: SL4150

Ementa

Conceituação de Marketing Internacional. Análise do contexto dos negócios internacionais. Estratégias de internacionalização. Seleção de mercados. Decisão e formas de ingresso no mercado internacional. Decisões relativas ao composto de marketing para os negócios internacionais.

Objetivos

Objetivo Geral: Desenvolver as habilidades que ajudarão o aluno a refletir, a compreender os conceitos e a solucionar questões relacionadas ao Marketing Internacional.

Objetivo Específico:

- Realizar atividades mercadológicas e gerenciar o fluxo de bens ou de serviços desde uma empresa até os seus consumidores ou usuários, em mais de um país, levando-se em conta a diversidade cultural, racial e social de cada região ou país.

Referências Bibliográficas Básicas

CATEORA, Philip; GRAHAM, John L. **Marketing internacional**. 10. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2001.

CHURCHILL, G. A.; PETER, Jr. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2000.

KOTLER, P. **Administração de marketing**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

Referências Bibliográficas Complementares

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION (AMA). **Definition of marketing**. Disponível em: <<http://www.marketingpower.com/aboutama/pages/definitionofmarketing.aspx>>. Acesso em: jun. 2013.

APEX. **Agência Brasileira de Promoção das Exportações e investimentos**. Disponível em: <http://www.apexbrasil.com.br/>. Acesso em: jun. 2013.

COBRA, M. **Administração de marketing no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

GOIA, R. M. et al (org.). **Fundamentos de marketing: conceitos básicos**. São Paulo: Saraiva, 2006.

CZINKOTA, M. R.; RONKAINEN, I. A. **International marketing**. 6. ed. Orlando: The Dryden Press, 2001.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MDIC (MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO INDÚSTRIA E COMERCIO. Portal Alice Web. Disponível em: <<http://aliceweb.desenvolvimento.gov.br/>>. Acesso em: mar. 2010.

WARREN, K. J.; GREEN, M. C. **Global marketing management**. New Jersey: Prentice Hall, 1999. (1)