

Programa Analítico de Disciplina

ADE 329 - Marketing Internacional

Campus UFV - Rio Paranaíba -

Catálogo: 2020

Número de créditos: 4

Carga horária semestral: 60h

Carga horária semanal teórica: 4h

Carga horária semanal prática: 0h

Semestres: II

Objetivos

Objetivo da disciplina é capacitar os estudantes a analisar, compreender os contextos internacionais de mercado e aplicar conceitos de marketing e ferramentas de gestão de negócios internacionais.

Ementa

Introdução. Contexto e característica dos mercados globalizados. Sistemas de informações de mercado internacional. Planejamento da internacionalização. Estratégias genéricas para mercados globalizados.

Pré e co-requisitos

ADE 323

Oferecimentos obrigatórios

Não definidos

Oferecimentos optativos

Curso	Grupo de optativas
Administração	Geral

ADE 329 - Marketing Internacional

Conteúdo					
Unidade	T	P	ED	Pj	To
1. Introdução 1. As teorias sobre o comércio entre nações 2. A importância do marketing internacional 3. Sistemas do comércio internacional	4h	0h	0h	0h	4h
2. Contexto e característica dos mercados globalizados 1. Macro-ambiente de marketing internacional 2. A globalização 3. Desafio estratégico nos mercados globais	4h	0h	0h	0h	4h
3. Sistemas de informações de mercado internacional 1. Estrutura do sistema de informações 2. Pesquisa de mercado	6h	0h	0h	0h	6h
4. Planejamento da internacionalização 1. Decisão de internacionalizar 2. Decisão sobre mercados 3. Decisão sobre estratégia de entrada 4. Decisão sobre o plano de marketing 5. Decisão sobre a estrutura de marketing	40h	0h	0h	0h	40h
5. Estratégias genéricas para mercados globalizados 1. Busca da liderança global 2. Concentração e foco global 3. Foco nacional 4. Busca por intenção estratégica	6h	0h	0h	0h	6h
Total	60h	0h	0h	0h	60h

(T)Teórica; (P)Prática; (ED)Estudo Dirigido; (Pj)Projeto; Total(To)

Planejamento pedagógico	
Carga horária	Itens
Teórica	Apresentação de conteúdo oral e escrito com o apoio de equipamento (projektor, quadro-digital, TV, outros)
Prática	Prática executada por todos os estudantes
Estudo Dirigido	Estudo dirigido e Resolução de problemas
Projeto	Leitura e interpretação
Recursos auxiliares	Não definidos

ADE 329 - Marketing Internacional

Bibliografias básicas

Descrição	Exemplares
CATEORA, P. R.; GRAHAM, J. L. Marketing internacional. McGraw-Hill, 2008	2
KEEGAN, W. J. Marketing global. 7.ed. Pearson-Prentice Hall, 2005	2
CZINKOTA, Michael R; RONKAINEN, Ilkka A. Marketing internacional: Michael R. Czinkota, Ilkka Ronkainen.. 8 ed. São Paulo: Cengage Learning, c2008	5

Bibliografias complementares

Descrição	Exemplares
BETANIA, T.; DUARTE, R. G. (org.). Gestão Internacional. Saraiva, 2006	0
GREEN, M. C.; KEEGAN, W. J. Princípios de marketing global. Saraiva, 2000	0
IMD, AMOS, Dominando os mercados globais. Makron, 2001	0
KOTABE; HELSEN. Administração de marketing global. Atlas, 2000	0
MAYER, J. C.; BIGHETTI, M. Exportar é fácil: um roteiro seguro para pequenas e médias empresas. Artemeios, 2005	0
MORAN, R. T. e outros. Desenvolvendo organizações globais: como preparar sua empresa para competição mundial. São Paulo: Futura, 1996	0
NOSÉ JR, A. Marketing Internacional: uma estratégia empresarial. Thomson, 2005	2
SINA, A. Marketing Global: soluções para o mercado brasileiro. Saraiva, 2008	2
VASCONCELLOS, Marco A. S.; LIMA, M.; SILBER, S. Gestão de negócios internacionais. Saraiva, 2006	0