

# Programa Analítico de Disciplina

## ADM 323 - Marketing Internacional

Departamento de Administração e Contabilidade - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes

Catálogo: 2019

Número de créditos: 4  
Carga horária semestral: 60h  
Carga horária semanal teórica: 4h  
Carga horária semanal prática: 0h  
Semestres: II

### Objetivos

*Não definidos*

### Ementa

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

### Pré e co-requisitos

ADM 320 ou ADM 332

### Oferecimentos obrigatórios

*Não definidos*

### Oferecimentos optativos

Curso	Grupo de optativas
Administração	Geral
Ciências Contábeis	Geral

## ADM 323 - Marketing Internacional

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

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

Planejamento pedagógico	
Carga horária	Itens
Teórica	<i>Não definidos</i>
Prática	<i>Não definidos</i>
Estudo Dirigido	<i>Não definidos</i>
Projeto	<i>Não definidos</i>
Recursos auxiliares	<i>Não definidos</i>

## ADM 323 - Marketing Internacional

### Bibliografias básicas

Descrição	Exemplares
CATEORA, P.R. & GRAHAM, J.L. Marketing international. McGraw-Hill, 2005.	0
KEEGAN, W.J. Marketing global. Pearson-Prentice Hall, 7.ed. 2005.	0
SOUZA, José M. de e PALÁCIOS, Tomas M.B. Estratégias de marketing internacional. Atlas, 2004.	0

### 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. Thomsom, 2005.	0
SINA, A. Marketing Global: soluções para o mercado brasileiro. Saraiva, 2008.	0
VASCONCELLOS, Marco A.S.; LIMA, M. e SILBER, S. Gestão de negócios internacionais. Saraiva, 2006.	0