

Plano de Ensino

Curso			Semestre/Ano
Tecnologia em Comércio Exterior			2o Semestre/2019
Disciplina			Sigla
Marketing Internacional			PMI001
Carga Horária Semanal	Carga Teórica	Carga Prática	Carga Horária Semestral
4	2	2	80
Professor			
FERNANDO RIBEIRO DOS SANTOS			
Ementa			
Fatores ambientais de marketing internacional. Comportamento do consumidor x diferenças culturais. Composto mercadológico e o mercado externo. Pesquisa de mercado no exterior. Estratégias de internacionalização de empresas. Decisões de segmentação no mercado internacional. Estudos de casos sobre Marketing Internacional e o Comércio Exterior			
Objetivo			
Capacitar o aluno para analisar e atuar em mercados internacionais por meio da tomada de decisões mercadológicas no ambiente global utilizando para isso as ferramentas de marketing. Realizar estudos de casos em situação real de comércio exterior, como atividade integradora dos conhecimentos já adquiridos no curso			
Metodologia			
Aula expositiva Aula prática Avaliação Seminário Expositiva			
Critérios de Avaliação			
Fórmula : $iif(((P1+P2+TR)/3)>5.9) \text{ OR } (((P1+P2+TR)/3)<3),(P1+P2+TR)/3,(((P1+P2+TR)/3)+EX)/2)$			
Legendas :			
Exame - - Exame			
Trabalho prático - Trabalho prático - Trabalho prático			
Avaliação P2 - Avaliação P2 - P2			
Avaliação P1 - Avaliação P1 - P1			
Plano de Aula			
1 Uma Visão Geral do Marketing. -> Uma Visão Geral do Marketing.			
2 1 - O Escopo e os Desafios do Marketing Internacional. 2 - O Ambiente Dinâmico do Comércio Internaci -> 1 - O Escopo e os Desafios do Marketing Internacional. 2 - O Ambiente Dinâmico do Comércio Internacional.			
3 O Ambiente Cultural nos Mercados Globais. 3 - Geografia e História: os Fundamentos do Entendimento C -> O Ambiente Cultural nos Mercados Globais. 3 - Geografia e História: os Fundamentos do Entendimento Cultural. 4 - A Dinâmica Cultural e a Avaliação dos Mercados Globais.			
4 5 - Os Costumes de Negócios no Mercado Global. 6 - O Ambiente Político: Uma Preocupação Crítica. 7 - -> 5 - Os Costumes de Negócios no Mercado Global. 6 - O Ambiente Político: Uma Preocupação Crítica. 7 - O Ambiente Legal Internacional: Jogando conforme a regra.			
5 Analisando as Oportunidades Globais de Mercado. 8 - Desenvolvendo uma Visão Global Através da Pesqui -> Analisando as Oportunidades Globais de Mercado. 8 - Desenvolvendo uma Visão Global Através da Pesquisa de Marketing.			
6 9 - Mercados Emergentes. 10 - Regiões Multinacionais de Mercado e Grupos de Mercado. -> 9 - Mercados Emergentes. 10 - Regiões Multinacionais de Mercado e Grupos de Mercado.			
7 Desenvolvendo Estratégias Globais de Marketing. 11 - Gerenciamento do Marketing Global: Planejamento -> Desenvolvendo Estratégias Globais de Marketing. 11 - Gerenciamento do Marketing Global: Planejamento e Organização.			
8 Aula prática - desenvolvimento do TP -> Aula prática - desenvolvimento do TP			
9 Avaliação P1 -> Avaliação P1			
10 Aula prática - desenvolvimento do TP -> Aula prática - desenvolvimento do TP			
Responsavel pela Disciplina		Coordenador pelo Curso	
FERNANDO RIBEIRO DOS SANTOS		LUCIANA NOGUEIROL LOBO MARCONDES	
27/08/19		27/08/19	

Plano de Ensino

- 11 12 - Criando Produtos para os Consumidores. 13 - Colocando no Mercado Produtos e Serviços Industriais -> 12 - Criando Produtos para os Consumidores. 13 - Colocando no Mercado Produtos e Serviços Industriais.
- 12 Aula prática - desenvolvimento do TP -> Aula prática - desenvolvimento do TP
- 13 14 - Sistemas Internacionais de Distribuição. 15 - Exportação e Logística: Questões especiais para -> 14 - Sistemas Internacionais de Distribuição. 15 - Exportação e Logística: Questões especiais para os pequenos negócios.
- 14 Apresentação do Trabalho de Mkt Internacional -> Apresentação do Trabalho de Mkt Internacional
- 15 16 - O Esforço Global de Propaganda e de Promoção. -> 16 - O Esforço Global de Propaganda e de Promoção.
- 16 17 - Venda Pessoal e Gerenciamento de Vendas. 18 - Apreçamento para os Mercados Internacionais -> 17 - Venda Pessoal e Gerenciamento de Vendas. 18 - Apreçamento para os Mercados Internacionais
- 17 Aplicação da Avaliação P2 -> Aplicação da Avaliação P2
- 18 Avaliação P3 (EXAME) -> Aplicação da Avaliação P3 (Exame)
- 19 Correção do Exame -> Correção do Exame Atendimento a alunos
- 20 Atendimento ao aula e Encerramento do Semestre -> Entrega de notas e atendimento ao aluno

Bibliografia Basica

Bibliografia Complementar

Bibliografia Referencia

Responsavel pela Disciplina

FERNANDO RIBEIRO DOS SANTOS

27/08/19

Coordenador pelo Curso

LUCIANA NOGUEIROL LOBO MARCONDES

27/08/19