

Marketing Internacional

Prof. Marcos Manosso, M.Sc.



Marketing Mix (4 / 7 “P”s)

- 🌐 Produto
- 🌐 Preço
- 🌐 Praça (canais de distribuição)
- 🌐 Promoção
- 🌐 Pessoas
- 🌐 Perecibilidade
- 🌐 Physical Evidence (evidência física)



Praça (Canais de Distribuição)

🌐 Diferenças

- ✓ Território Nacional
- ✓ Território Internacional

🌐 Modais

🌐 Burocracia

🌐 Legislação Local

🌐 Infra-Estrutura



Canais de Distribuição

🌐 Variáveis

- ✓ Características do Produto
- ✓ Características da Empresa
- ✓ Características dos Consumidores
- ✓ Características dos Concorrentes
- ✓ Características dos Intermediários



Canais de Distribuição

🌐 Dimensão estratégica

- ✓ Recursos e Capacidades da empresa
 - ◆ Administração
 - ◆ Tecnologia
 - ◆ Pessoal
- ✓ Necessidades de Investimento
- ✓ Riscos a Assumir
- ✓ Grau de Controle
- ✓ Potencial de Lucro Relativo



Canais de Distribuição

🌐 Estratégias

- ✓ Exportação Direta
- ✓ Exportação Indireta
- ✓ Formas Mistas ou Relacionais
 - ◆ Licenciamento
 - ◆ *Franchising*
 - ◆ Alianças Estratégicas Internacionais
 - ◆ *Joint Ventures*
- ✓ Investimento Externo Direto

