

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)



Variáveis do Preço

- 🌐 Fatores Internos da Empresa
- 🌐 Fatores de Mercado
- 🌐 Fatores Referentes à Natureza do Produto



Estratégias de Preço

- ④ Conquista de clientela diferenciada
- ④ Penetração em mercado
- ④ Manutenção de participação em mercado
- ④ *Transfer Price* (Preço de Transferência)



Diferenças de Preço

🌐 Mercado Interno ✕ Mercado Externo

- ✓ Despesas financeiras
- ✓ Comissão de vendedores ou representantes
- ✓ Embalagens
- ✓ Fretes e Seguros
- ✓ Provisão para devedores duvidosos
- ✓ Despesas portuárias, Impostos e Taxas
- ✓ Corretagem de câmbio



Formação de Preço

- ④ A partir do preço de mercado interno
- ④ A partir do custo
- ④ *Incoterms* – Termos de comércio internacional

