

Marketing Internacional

Prof. Marcos Manosso, M.Sc.



Influências

- 🌐 Filosofia e Ética Profissional
- 🌐 Antropologia Cultural
- 🌐 Políticas de Comércio Internacional
- 🌐 Direito Internacional
- 🌐 Relações Internacionais
- 🌐 Finanças Internacionais
- 🌐 Economia, Sociologia, Psicologia, Sistemática, Legislação...



Marketing Mix (4 / 7 “P”s)

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



Ambientes

- 🌍 Micro-ambiente
- 🌍 Macro-ambiente
- 🌍 Análise F.O.F.A.



Análise Ambiental

- 🌐 Sistema Econômico
- 🌐 Sistema Político-Social
- 🌐 Sistema Financeiro-Fiscal
- 🌐 Logística e Infra-Estrutura
- 🌐 Sistema Legal
- 🌐 Cultura Local



Porter's 5 Forces



Fatia Relativa de Mercado

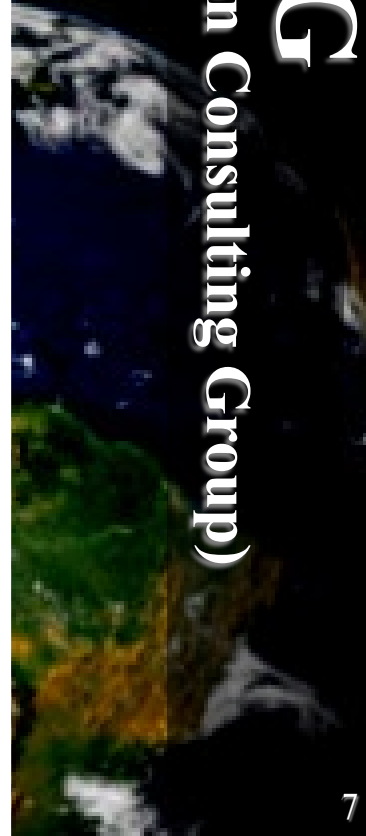
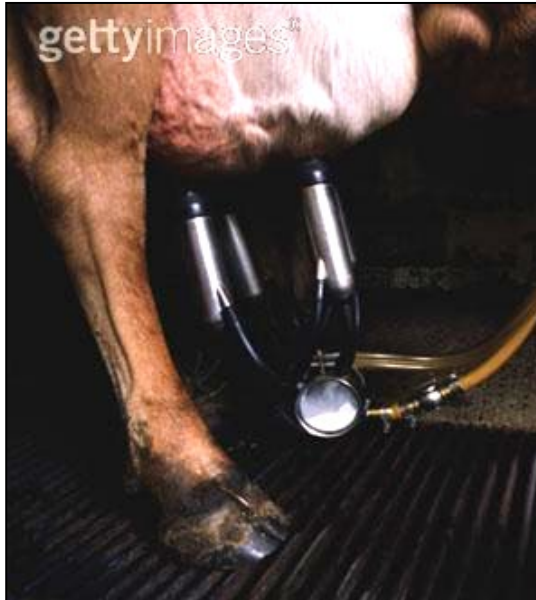
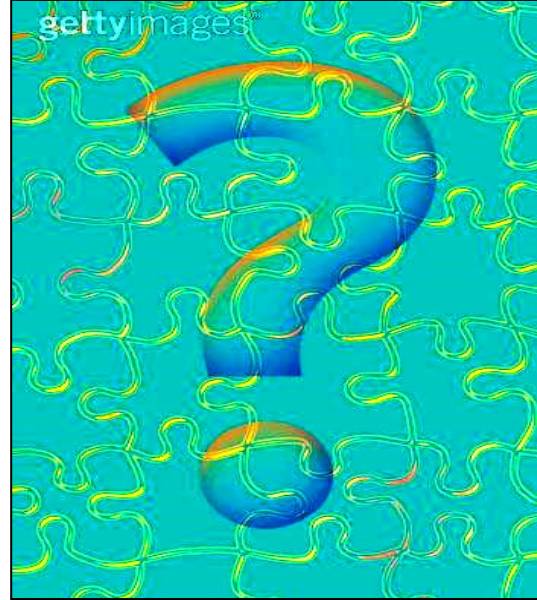
Alto

Baixo

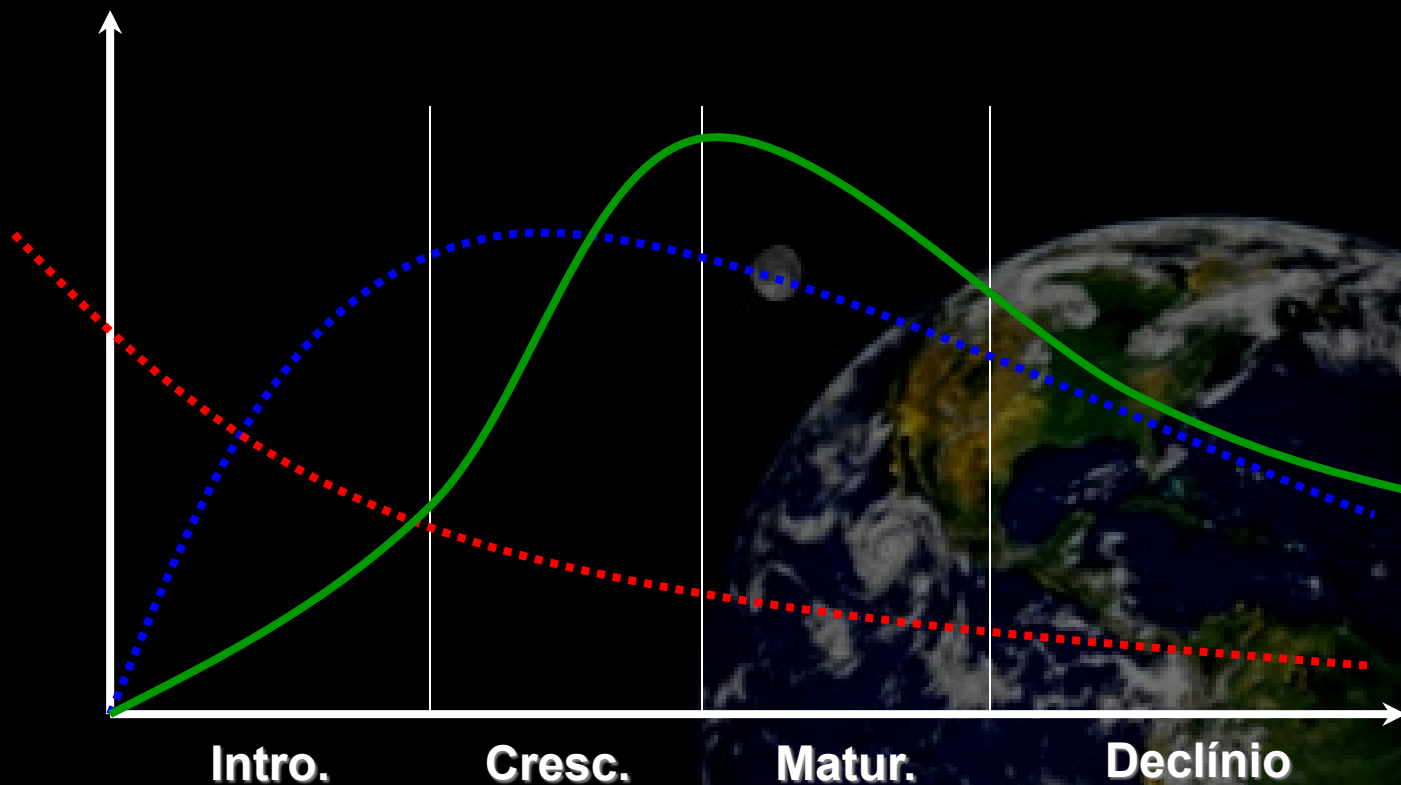
Taxa de Crescimento de Mercado

Alto

Baixo



Curva de Ciclo de Vida do Produto



Segmentação

🌐 Geográfica

- ✓ Região
- ✓ Clima

🌐 Demográfica

- ✓ Idade
- ✓ Sexo
- ✓ Renda
- ✓ Religião
- ✓ Raça
- ✓ Nacionalidade

🌐 Psicográfica

- ✓ Classe social
- ✓ Estilo de vida
- ✓ Personalidade

🌐 Comportamental

- ✓ Benefícios
- ✓ Atitudes
- ✓ Grau de lealdade



O Cliente



Teorias de desenvolvimento humano de Fromm e Maslow

O Cliente

Cultural

Cultura

Sub-Cultura

Classe Social

Social

Grupos de
Referência

Família

Papéis e *status*

Pessoal

Idade e estágio
no ciclo de vida

Ocupação

Situação
Econômica

Personalidade
e autoconceito

Psicológico

Motivação

Percepção

Aprendizado

Crenças e
atitudes

Cliente

Posicionamento

🌐 Valor

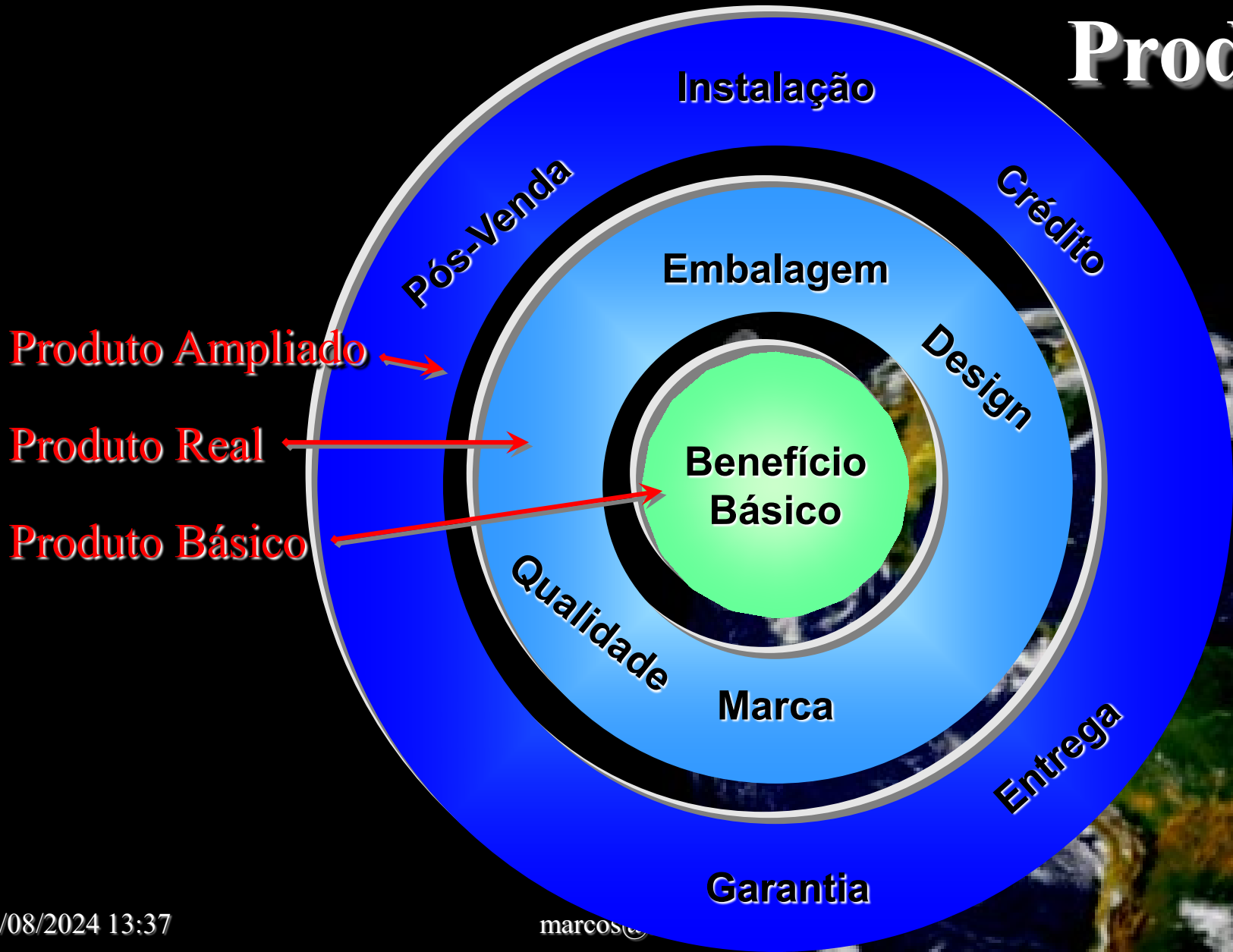
- ✓ Liderança em custo (preço)
- ✓ Diferenciação (produto)
- ✓ Relacionamento (serviço)

🌐 Vantagens Competitivas

- ✗ Tudo para todos



Produto



Marca

- 🌐 Atributos
- 🌐 Benefícios
- 🌐 Valores
- 🌐 Cultura
- 🌐 Personalidade
- 🌐 Usuário



Praça (Canais de Distribuição)

🌐 Diferenças

- ✓ Território Nacional
- ✓ Território Internacional

🌐 Modais

🌐 Burocracia

🌐 Legislação Local

🌐 Infra-Estrutura

🌐 Variáveis

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



Estratégias de Preço

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



Feiras e Exposições

🌐 Modalidades:

- ✓ Horizontais
- ✓ Verticais

🌐 Informações

- ✓ Economia
- ✓ Promoção do evento
- ✓ Quantidade e qualidade de expositores
- ✓ Serviços à disposição



Dúvidas ?!?

- 🌐 Avaliação 01
- 🌐 Trabalhos em dupla
 - ✓ Apresentação Oral
 - ✓ Apresentação Escrita

