

# 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)



# Empresa Internacional

- 🌐 Cultura Internacional
- 🌐 Profissionais hab. em operações internacionais
- 🌐 Competências Centrais
  - ✓ Capacidades
  - ✓ Recursos
- 🌐 Posicionamento Estratégico
- 🌐 Relacion. na Cadeia de Valor



# Elementos-Chave



# Implicações Gerenciais

## 🌐 Planejamento exportação

- ✓ Orientação global

## 🌐 “Estocar” capacidade gerencial

- ✓ Experiência

- ✓ Comprometimento

- ✓ Performance



# Implicações Gerenciais

## 🌐 Posicionamento

- ✓ Interno: recursos e capacidades
- ✓ Externo: setor e mercado

## 🌐 Modelo mental

- ✓ Competitivo => Cooperativo

## 🌐 Flexibilidade organizacional

