



FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO:	COMPONENTE CURRICULAR: Marketing Global	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS	SIGLA: FAGEN	
CH TOTAL TEÓRICA: 15	CH TOTAL PRÁTICA: 15	CH TOTAL: 30

OBJETIVOS

Habilitar o discente a analisar e aplicar conceitos e ferramentas de marketing em negócios internacionais.

EMENTA

- I. O ambiente do marketing global
- II. As oportunidades do mercado global
- III. Os clientes globais
- IV. As estratégias de marketing global
- V. Programas de marketing global

PROGRAMA

- I. O ambiente do marketing global
 - Desafios da nova economia
 - Importância do marketing global
- II. As oportunidades do mercado global
 - Análise do mercado
 - Determinação dos objetivos de marketing da expansão global
- III. Os clientes globais
 - Segmentação
 - Seleção de mercado-alvo
 - Posicionamento
- IV. As estratégias de marketing global
 - Estratégias de entrada e expansão
 - Estratégias cooperativas e parcerias estratégicas globais

V. Programas de marketing global

- Decisões de produto
- Decisões de preço
- Decisões de distribuição
- Decisões de promoção

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KEEGAN, W. **Marketing global**. 7. ed. São Paulo: Pearson, 2005.

CZINKOTA, M. R.; RONKAINEN, I. A. **Marketing internacional**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

KUAZAQUI, E. **Marketing internacional: desenvolvendo conhecimentos e competências em cenários globais**. São Paulo: M. Books, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CATEORA, P. R.; GRAHAM, J. L. **Marketing internacional**. 13. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

KEEGAN, W. J.; GREEN, M. C. **Princípios de marketing global**. São Paulo: Editora Saraiva, 2006.

PALACIOS, T. M. B.; SOUZA, J. M. M. **Estratégias de marketing internacional**. São Paulo: Atlas, 2004.

VASCONCELLOS, E. **Internacionalização Competitiva: Braskem, CCR, CSN, Dixtal, Embraer, Natura**. São Paulo: Atlas, 2008.

SINA, A. **Marketing global: soluções estratégicas para o mercado brasileiro**. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.

APROVAÇÃO

23/09/11

Universidade Federal de Uberlândia

Prof. Dr. João Carlos Oliveira Filho

Coordenador do Curso de Administração

Carimbo e assinatura do Coordenador do Curso

Portaria R nº. 636/2009



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Faculdade de Gestão e Negócios

Carimbo e assinatura do Diretor

Prof. Wellington de Souza
Diretor Substituto da FAGEN

Unidade Acadêmica
(que oferece a disciplina)