



Curso Formação International Marketing Management

Programa do Curso

www.abracomex.org



[/abracomexadm](https://www.facebook.com/abracomexadm)



[/abracomex](https://www.youtube.com/abracomex)

O curso aborda conceitos centrais para a atividade de Marketing Internacional como aspectos culturais, sociais, políticos, legais e econômicos inseridos na dinâmica dos mercados globais e indispensáveis às estratégias de internacionalização. Além disso, apresenta as etapas necessárias ao desenvolvimento do planejamento de marketing, no contexto global. O foco do curso recai sobre o planejamento de marketing e seu objetivo final é o de dotar seus participantes com as ferramentas necessárias para a produção de um plano de marketing internacional.

Módulo 1: Fundamentos de Marketing - 45h

- Histórico do marketing, conceito de marketing, composto mercadológico, conceitos fundamentais do marketing, necessidades, desejos, demanda, mercado, segmentação, produto, valor, satisfação, qualidade, posicionamento e comportamento do consumidor.

Módulo 2: Panorama do Marketing Internacional - 55h

- Escopo e Desafios do Marketing Internacional.
- O Ambiente de Negócios Internacionais.
- Abordagens para o Marketing Internacional.

Módulo 3: Ambiente Cultural dos Mercados Globais - 50h

- Empreendendo em mercado internacional - Perfil cultural do empreendedor internacional
- Influência dos fatores econômicos, sociais, políticos e legal
- Impacto da cultura no planejamento estratégico
- Aspectos Culturais e de Gestão de negócios internacionais
 - Noção de inteligência cultural
 - Negociação e cultura
 - Diversidade cultural e liderança
 - Marketing e cultura
 - Influência da cultura organizacional da empresa

Módulo 4: Ambiente Econômico dos Mercados Globais - 45h

- Américas.
- Europa, África e Oriente Médio.
- Ásia e Pacífico.
- América do Sul.

Módulo 5: Planejamento de Marketing para Mercados Globais - Definição de Estratégias - 60h

- Análise de Oportunidades e Pesquisa de Marketing.
- Estratégias de Internacionalização e Planejamento de Marketing.

Módulo 6: Planejamento de Marketing para Mercados Globais - Mix de Marketing - 45h

- Decisões para Produtos e Serviços B2C.
- Decisões para Produtos e Serviços B2B.
- Decisões para Preço.
- Decisões para Canais de Distribuição.
- Decisões para Comunicação e Vendas.

Módulo 7: Elaboração do Plano de Marketing Internacional - 60h

- Negociação com Importantes Parceiros Internacionais.
- Pesquisa de Desenvolvimento do Plano de Marketing

Módulo nos EUA*

- Uma semana de estudos com a Massachusetts Institute of Business – Boston (MA).
- O módulo opcional nos EUA tem uma taxa adicional, que cobre as despesas do curso e material didático, não inclui, por exemplo, estadia, passagens, alimentação, vistos, deslocamentos, entre outras despesas pessoais. O curso no exterior esta disponível para os alunos aprovados no curso de International Business Management com coeficiente de rendimento acima de 70% e que estejam aprovados em teste de idioma inglês aplicado pela MIB, com coeficiente de rendimento acima de 70%.

- ↪ **Plataforma Educacional:** É a sua área acadêmica e o local de estudo. Onde os alunos acessam seu cadastro administrativo, financeiro, bem como os materiais didáticos do curso, interage com os demais alunos, tutores e realizam atividades.
- ↪ O endereço da Plataforma Educacional é: www.ensinocomex.com.br
- ↪ Os conteúdos do curso podem ser acessados em qualquer dia á qualquer horário, até o prazo final do curso, de acordo com o calendário da turma, disponível na Plataforma Educacional.
- ↪ **Duração do Curso:** 6 meses.