



MBA Gestão de Marketing Internacional com foco em International Marketing Management

Programa do Curso

www.abracomex.org



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

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

Metodologia de Ensino Focada no Mercado de Trabalho

Os cursos de MBA oferecidos pela Abracomex são compostos por TRÊS FASES, totalizando aproximadamente 12 meses. Quando completadas habilitam o aluno com a DUPLA CERTIFICAÇÃO (BRASIL/EUA).

- ↪ 1ª Fase: O aluno escolhe uma área de foco, na qual deseja atuar profissionalmente. Os estudos são voltados para a experiência PRÁTICA, através do desenvolvimento de casos reais. Essa fase possui duração de 6 meses.
- ↪ 2ª Fase: São os módulos relacionados ao desenvolvimento científico e acadêmico que prepara o aluno para exercer a atividade de docente no ensino superior. Essa fase possui duração de 2 meses.
- ↪ 3ª Fase: Módulos realizados na Massachusetts Institute of Business (MIB), à distância, no idioma português, onde o aluno estuda temas voltados para formação do GESTOR de negócios no ambiente internacional. Essa fase possui duração de 4 meses.



Fase 1: Área de Foco - Formação International Marketing Management

Carga horária: 360h – Modalidade: Online

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

- Aspectos Culturais e de Gestão.
- Aspectos Políticos.
- Aspectos Legais.
- Aspectos Ambientais.
- Aspectos Econômicos.

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

São os módulos relacionados ao desenvolvimento científico e acadêmico que prepara o aluno para exercer a atividade de docente no ensino superior.

Módulo 1: Metodologia Aplicada ao Ensino Superior - 10h

- Ensino Superior no Brasil:
 - Contexto Histórico do ensino superior.
 - Panorama atual do ensino superior no Brasil.
 - Legislação de ensino superior.
- Processo de Ensino e Didática para ensino superior:
 - Conceitos básicos.
 - Função de ensinar.
 - O papel da didática.
 - Métodos de ensino.
 - Estratégia de ensino.
 - Ensino a distância.
 - Competências e habilidades a serem desenvolvidas em ensino superior.
- Organização do trabalho docente:
 - Planejamento de ensino.
 - Elementos essenciais:
 - o Objetivo.
 - o Conteúdo.
 - o Metodologia.
 - o Recurso de ensino.
 - o Avaliação.
 - Abordagem EAD x presencial.
 - Modelo de elaboração de Aula EAD.

Módulo 2: Estratégias para Aulas Online - 10h

- Dicas e orientações para elaboração de aulas online. Será abordado quanto as oportunidades e vantagens de apostar no mundo online e como transformar seu conhecimento em um negócio lucrativo, utilizando ferramentas e estratégias.

**Considerando o disposto na RESOLUÇÃO Nº 1, DE 6 DE ABRIL DE 2018 do MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO – Art. 7, não se faz necessário aos cursos de Pós-graduação Lato Sensu um TCC como requisito obrigatório para a certificação de especialização. Desta forma, durante todo o curso a experiência de aprendizagem será baseada em estudos de casos práticos facilitando o entendimento da aplicabilidade dos assuntos do curso na rotina profissional.*

Fase 3: Global Business Management

Carga horária: 100h – Modalidade: Online

Esta fase tem por objetivo preparar o aluno para exercer suas competências empreendedoras nas diferentes áreas de negócios, segundo tendências e influências do mercado internacional, seja atuando na gestão dos negócios internacionais, operações de logística, comércio exterior ou marketing.

Módulo 1: Análise do Ambiente Internacional de Negócios - 15h

- Análise ao ambiente de negócios mundial.
- Estudo das principais tendências econômicas nos mercados internacionais.
- Planejamento de negócios internacionais.

Módulo 2: Gestão das Estratégias de Internacionalização Empresarial - 18h

- Estuda práticas de gestão em negócios internacionalizados.
- Discutem os principais temas relativos ao processo de decisão, relacionados a estratégias, gestão de operações e inovação, gestão de pessoas, do conhecimento e das competências e aspectos culturais, com destaque ao caso brasileiro.

Módulo 3: Ambiente Cultural dos Mercados Globais - 15h

- Aspectos Culturais e de Gestão.
- Aspectos Políticos.
- Aspectos Legais.

Módulo 4: Gestão dos Negócios com Mercado Americano - 10h

- Análise Geral sobre o País e Mercado.
- Aspectos Relevantes para Negociação.

- Como Localizar Produtos e Selecionar Fornecedores.
- Oportunidade de Exportação.
- Medidas para Garantia de Eficiência e Segurança.
- Considerações Importantes sobre a Logística.

Módulo 5: Gestão de Negócios Internacionais - 22h

- Noções de Gestão de Negócios Internacionais:
 - Contexto.
 - Globalização.
 - Competitividade e produtividade.
 - Fatores condicionantes da competitividade empresarial.
- Prospecção de clientes no Exterior:
 - Retenção de clientes.
 - Satisfação do cliente.
- Negociação Internacional:
 - Característica de negociação.
 - Estilo de negociação.
 - Etapas de uma negociação.
 - Diferenças culturais.

Módulo 6: Consultoria Empresarial - 20h

- O papel do consultor empresarial.
- Áreas de consultoria empresarial.
- Cuidados com a Contratação.
- Como Elaborar Proposta para Projetos de Consultoria.
- Relacionamento com clientes e Marketing Pessoal.
- Como fazer o Diagnóstico Técnico das necessidades da empresa.
- Técnicas de Gestão de projetos.

- ▶ **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.