



SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

# MARKETING INTERNACIONAL PARA PRODUTOS ECOLOGICAMENTE CORRETOS

GESTÃO DE NEGÓCIOS

NORMAL SUPERIOR



PEDAGOGIA

COMERCIO EXTERIOR

Prof. Gilberto V. Luiz  
Prof<sup>a</sup>. Camila C. Vitarelli



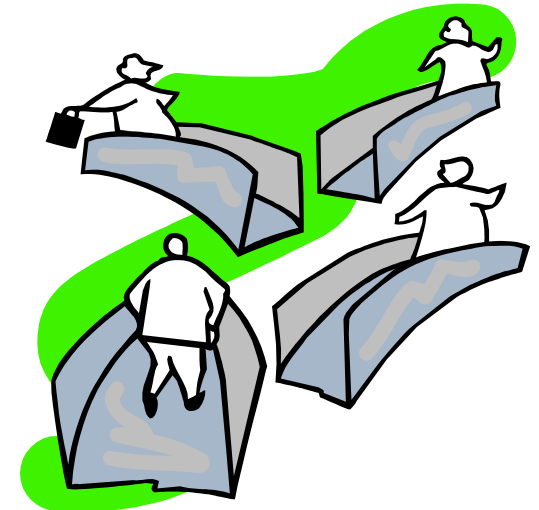
# Apresentação do Conteúdo

- Visão geral do Marketing Internacional.
- Marketing Ambiental e produtos ecologicamente corretos.
- Análise do Ambiente de Marketing Global.
- Estratégias de Internacionalização.



# Visão Geral do Marketing

- O conceito mudou completamente
- 1950: foco nos produtos
- 1960:
  - Foco no atendimento ao cliente
  - Surgimento do composto de marketing: produto, preço, ponto-de-venda e promoção (4Ps)





# Visão Geral do Marketing

## •1990:

– Foco no cliente no contexto do ambiente externo ampliado

- Competição, política governamental e regulamentação

– Foco no valor do acionista

- Funcionários, clientes, acionistas, sociedade





# Visão Geral do Marketing

## •Hoje:

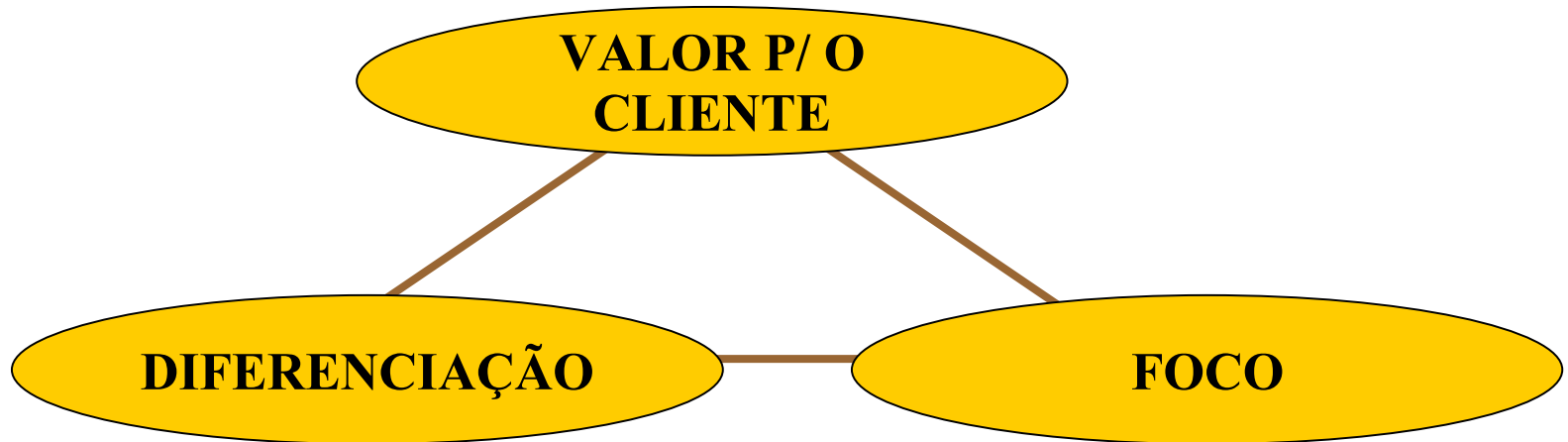
- Duas tarefas principais do marketing
  - Foco no cliente e seu ambiente
  - Criar valor para clientes e acionistas
- **Mudança de rumo**
  - Foco na administração de parcerias estratégicas
  - Posicionamento da empresa na cadeia de valor para otimizar a criação de valor
- Lucro como uma medida de sucesso, não um fim em si próprio





# Visão Geral de Marketing

Os três princípios do marketing





# Marketing Internacional

- “Marketing internacional - é a realização das atividades mercadológicas que gerenciam o fluxo de bens ou de serviços desde uma empresa até os seus consumidores ou usuários, em mais do que um país para se obter um benefício”.





# O papel do Mktg internacional no Comércio Exterior

- ◆ Marketing é que estabelece o canal entre o consumidor e a empresa.
- ◆ Determinar as necessidades e anseios/desejos dos consumidores.
- ◆ Satisfazê-los de maneira mais eficiente que a concorrência.
- ◆ Preservar o bem-estar do consumidor e da sociedade.
- ◆ Garantir uma perfeita comunicação multilateral entre empresa e mercado.



# O papel do Mktg internacional no Comércio Exterior



- ◆ Realizar pesquisa de mercado.
- ◆ Segmentar o mercado.
- ◆ Diferenciar produtos e serviços.
- ◆ Ações com relação a preço e à distribuição.



# MARKETING MIX INTERNACIONAL

1. Produto
2. Preço
3. Promoção
4. Praça

1. Consumidor
2. Custo
3. Comunicação
4. Conveniência

1. Análise
2. Adaptação
3. Ativação
4. Avaliação