

## Marketing Internacional

### Objetivos Gerais

Este Curso pretende dotar os participantes das seguintes competências e aspetos ligados à globalização dos negócios, às razões da internacionalização das empresas e às técnicas mais utilizadas no comércio internacional.

### Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes estarão aptos a:

- Discutir a evolução da globalização dos negócios e o papel do Marketing Internacional;
- Descrever os métodos e as técnicas para se entrar nos mercados internacionais;
- Caracterizar o processo em curso de globalização dos negócios;
- Conhecer os principais termos e operações utilizados no Comércio internacional;
- Implementar as estratégias de Marketing mais adequadas a cada situação de mercado;
- Selecionar a melhor forma organizacional mais adequada a um processo de internacionalização;
- Definir ações de Marketing internacional inseridas no contexto da globalização;
- Avaliar o risco da atividade num dado mercado (operacional, financeira e cambial).

### Destinatários

Este Curso destina-se a todos os profissionais envolvidos em processos de Marketing Internacional, cujas empresas tenham ou pretendam ter relações comerciais com outros países.

### Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.
- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

### Carga Horária

24 Horas

### Conteúdo Programático

#### Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

#### Módulo I - Globalização e Internacionalização das Empresas

- Características da Globalização em Curso;
- Oportunidades e ameaças;
- A evolução previsível.

### **Módulo II - Conhecer os Principais Termos e Operações Utilizados no Comércio Internacional**

### **Módulo III - As Operações Características do Comércio Internacional e os seus Suportes**

### **Módulo IV - Incoterms**

- Siglas e o seu significado.

### **Módulo V - Aplicar Técnicas para Definir e Implementar as Estratégias de Marketing Mais Adequadas a Cada Situação de Mercado**

- A definição da Estratégia de Internacionalização da Empresa;
- A Informação e a pesquisa de mercado;
- A implementação funcional da estratégia;
- Marketing Estratégico:
  - Filosofia base (B2B ou P2P);
  - Organização da área Marketing/Comercial;
  - Formas organizacionais possíveis;
  - Selecção das formas organizacionais mais adequadas.

### **Módulo VI - Definir Ações de Marketing Inseridas no Contexto da Globalização**

- Penetração em novo mercado;
- Introdução de novos produtos;
- Desenvolver Mercados e Produtos;
- Retirar Produtos.

### **Módulo VII - Avaliação do Risco**

- O risco da actividade num dado mercado (operacional, financeira e cambial);
- A cobertura do risco.

### **Módulo VIII - Resolução de Caso e Discussão**

## **Metodologia**

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.