

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA**  
**CELSO SUCKOW DA FONSECA**  
**MARACANÃ**  
**BACHARELADO EM LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS ÀS**  
**NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS**

COORDENAÇÃO				DISCIPLINA		
Coordenação do Curso de Graduação em Línguas Estrangeiras Aplicadas (CCGLEA)				Marketing Internacional		
CÓDIGO DA DISCIPLINA		PERÍODO LETIVO		ANO	SEMESTRE	PRÉ-REQUISITOS
GLEA2055MA				2026		
CRÉDITOS	AULA/SEMANAL				TOTAL DE HORAS/AULAS NO SEMESTRE	Introdução ao Marketing GLEA1037MA
2	TEÓRICA	PRÁTICA	EXTENSÃO	ESTÁGIO	36	
	2	0	0	0		

**PROGRAMA RESUMIDO**

Introdução ao marketing internacional. Conceitos e fundamentos de marketing internacional. Análise das ambiências externas: econômicas, políticas, culturais e sociais. Mercados potenciais e oportunidades. Estratégias de marketing internacional. Decisões de marketing em mercados internacionais: produto, preço, praça e promoção. Estudos de casos: análise e discussão.

**PROGRAMA**

1. Introdução ao marketing internacional.
2. Conceitos e fundamentos de marketing internacional.
3. Análise das ambiências externas: econômicas, políticas, culturais e sociais.
4. Mercados potenciais e oportunidades.
5. Estratégias de marketing internacional.
6. Decisões de marketing em mercados internacionais: produto, preço, praça e promoção.
7. Estudos de casos: análise e discussão.

**BIBLIOGRAFIA**

**Bibliografia Básica:**

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. M. **Princípios de marketing**. 18. ed. São Paulo, SP: Grupo A, 2023. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane; CHERNEV, Alexander. **Administração de marketing**. 16. ed. Porto Alegre, RS: Grupo A, 2024. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>.

PIGOZZO, Ana Flávia. **Marketing internacional**. Curitiba: Intersaberes, 2012. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>.

SANTOS, Alexandre Correia dos. **Marketing**. São Paulo: Contentus, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>.

**Bibliografia Complementar:**

AMBRÓSIO, Vicente. **Plano de marketing**: um roteiro para a ação. 2. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2011. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>.

ANDRADE, Norberto Almeida de. **Comportamento do consumidor aplicado ao neuromarketing**. 1. ed. Rio de Janeiro, RJ: Freitas Bastos, 2023. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>.

CAMARGO, Shirlei Miranda. **Introdução ao neuromarketing**: desvendando o cérebro do consumidor. Curitiba: Intersaberes, 2022. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>.

COSTA, Bruna Cescatto. **Estratégia de marketing na era digital**. São Paulo: Contentus, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>.

GIACOMETTI, Henrique Brockelt. **Ferramentas de marketing digital**. São Paulo: Contentus, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>.

RIBEIRO, Lais Conceição. **Gestão de marca e branding**. Curitiba: Intersaberes, 2021. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>.

### OBJETIVO GERAL

Compreender as estratégias de marketing e a gestão de marcas em mercados internacionais.

### METODOLOGIA

Aulas expositivas dialogadas; seminários em grupo, debates e estudos de caso.

### CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO

Apresentação de trabalhos individuais e em equipes, solução de estudos de caso e evolução da capacidade analítica no decorrer da disciplina e avaliações escritas.

### APROVAÇÃO DA DISCIPLINA PELO CONDEP OU CONPUS

Data:

Número da ATA do conselho:

### DOCENTE RESPONSÁVEL PELA DISCIPLINA

NOME	ASSINATURA DIGITAL
Yana Torres de Magalhaes	

### COORDENAÇÃO DO CURSO DE CRIAÇÃO DA DISCIPLINA

NOME DO COORDENADOR	ASSINATURA DIGITAL
Adriana Ortega Clímaco	