



SÉRIE COMÉRCIO EXTERIOR E NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Marketing internacional

Resumo de Marketing Internacional

Cabe também ao marketing internacional, assim como no marketing desenvolvido no mercado interno, desenvolver produtos e serviços que atendam às necessidades e aos desejos dos consumidores. Só que esses consumidores estão em outros países, com culturas, línguas, gostos, tradições, legislações e processos de decisão de compra, em geral, diferentes do nosso mercado interno.

A legislação e a ética podem ser diferentes. Este livro tem como objetivo contribuir para que tenhamos cada vez mais profissionais da área de marketing internacional, e empresas brasileiras que possam desenvolver marcas globais e colocar nossos produtos nas gôndolas do mundo.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)