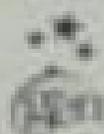




*Philip R. Cateora | John L. Graham*

# MARKETING INTERNAZIONALE

*12ª edizione*



**LTC**

# Resumo de Marketing Internacional

Vivemos um período de profundas mudanças e a globalização dos mercados cresce em meio à aceitação universal do modelo democrático da livre iniciativa e das novas tecnologias de comunicação entre elas o telefone celular e a Internet.

O Marketing Internacional ganha papel fundamental neste tempo de comércio sem fronteiras e afetado por questões como equilíbrio demográfico aquecimento global e meio ambiente avanço das ciências biológicas tecnologia e poderio militar entre outros.

A obra acompanha estas transformações no marketing global aborda seus aspectos cultural e ambiental analisa novas oportunidades e o impacto resultante das três tendências importantes do mercado atual: a expansão dos emergentes o crescimento do segmento de classe média e a criação dos grupos regionais.

Esta edição traz novidades: enfatiza as questões da competição as mudanças nas estruturas do mercado a ética e a responsabilidade social as negociações e a preparação do administrador para o Século 21.

Outras inovações são os mapas em cores a abertura dos capítulos com uma Perspectiva Global um exemplo real de experiências corporativas; a valorização da Internet como ferramenta (sempre que cita dados obtidos na Web aponta o endereço de origem); os novos Exemplos e Ilustrações os boxes Atravessando Fronteiras com questões contemporâneas que visam estimular o pensamento crítico do leitor e a Agenda do País uma ferramenta online que permite uma completa investigação de um mercado-alvo no exterior.

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