

Maria Fernanda Pargana Ilhéu é doutorada em Administração de Empresas e Marketing, pela Universidade de Sevilla. Licenciada em Economia pelo ISCEF tem uma pós-graduação em Marketing de Exportação do Cambridge Institute de Massachusetts e o mestrado em Gestão Estratégica do ISCTE. Tem uma carreira profissional em marketing e negócios internacionais, feita em Portugal e Macau. É professora no ISEG/UTL onde lecciona a disciplina de Marketing Internacional no Mestrado de Marketing, e coordena o ChinaLogus do CEGE, sendo autora do livro “Internacionalização das Empresas Portuguesas e a China”.

A procura de gestores internacionais, com um mindset global, já começou em todos os países industrializados. Quem são eles? Quais devem ser as suas qualidades e competências?

A escassez, em Portugal, desses gestores é apontada pelos empresários como um dos entraves à internacionalização das empresas portuguesas. Mas, “as máquinas compram-se, os mercados conquistam-se e as pessoas formam-se” (António Mota, presidente do grupo Mota-Engil, Semanário Sol, 15 de Novembro, 2008). O objectivo deste livro é precisamente contribuir para essa formação como um dos principais instrumentos de desenvolvimento da estratégia de uma organização internacional.

Para além do enquadramento teórico das decisões estratégicas de internacionalização, de escolha de mercados, de modos de entrada e de marketing, este livro apresenta casos de empresas portuguesas com sucesso no mercado internacional.



FERNANDA ILHÉU

ESTRATÉGIA DE MARKETING INTERNACIONAL

CASOS DE EMPRESAS PORTUGUESAS

FERNANDA ILHÉU
ESTRATÉGIA DE MARKETING INTERNACIONAL

ALMEDINA


ALMEDINA

ISBN 978-972-40-3921-3



9 789724 039213