

Caraterização da Unidade Curricular / Characterisation of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular / Curricular Unit:	[31821170] Negócios Internacionais [31821170] International Business		
Plano / Plan:	Licenciatura em Gestão de Empresas V4		
Curso / Course:	Licenciatura em Gestão de Empresas Business Management		
Grau / Diploma:	Licenciado		
Departamento / Department:	Departamento de Gestão		
Unidade Orgânica / Organic Unit:	Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu		
Área Científica / Scientific Area:	Ciências Empresariais		
Ano Curricular / Curricular Year:	3		
Período / Term:	S1		
ECTS:	5		
Horas de Trabalho / Work Hours:	0132:30		
Horas de Contacto/Contact Hours:			
(T) Teóricas/Theoretical:	0000:00	(TC) Trabalho de Campo/Fieldwork:	0000:00
(TP) Teórico-Práticas/Theoretical-Practical:	0058:30	(OT) Orientação Tutorial/Tutorial Orientation:	0000:00
(P) Práticas/Practical:	0000:00	(E) Estágio/Internship:	0000:00
(PL) Práticas Laboratoriais/Practical Labs:	0000:00	(O) Outras/Others:	0000:00
(S) Seminário/Seminar:	0000:00		

Docente Responsável / Responsible Teaching

[3021] Antonio Jose Queiros Soares De Figueiredo

Docentes que lecionam / Teaching staff

[3021] ANTONIO JOSE QUEIROS SOARES DE FIGUEIREDO

[3381] PAULA SOFIA NETA VASCONCELOS PINHEIRO

Objetivos de Aprendizagem

1. Perceber o processo de globalização da economia.
2. Compreender as principais teorias do comércio internacional e as suas regras.
3. Entender a importância da tolerância cultural nos negócios internacionais.
4. Perceber a importância da ética nos negócios.
5. Compreender a forma das empresas se poderem expandir internacionalmente e o conjunto de adaptações organizacionais que têm de realizar para atingir esse objectivo.
6. Compreender como as empresas na prática devem desenvolver as suas ofertas nos mercados internacionais.
7. Aplicar os conceitos adquiridos a contextos práticos.

Learning Outcomes of the Curricular Unit

1. Understanding the process of economic globalization.
2. Understand the main theories of international trade and its rules.
3. Understand the importance of cultural tolerance in international business.
4. Realizing the importance of business ethics.
5. Understanding how companies are able to expand internationally and the set of organizational changes that have to do to achieve this goal.
6. Understand how companies in practice should develop its offerings in international markets.
7. Apply the acquired concepts to practical contexts.

Conteudos Programáticos (Lim:1000)

1. Introdução: O que são os negócios internacionais.
2. A globalização dos mercados e a internacionalização das empresas.
3. Os participantes nos negócios internacionais.
4. O ambiente cultural e a ética nos negócios internacionais.
5. Exportação e Countertrade.
6. Investimento direto estrangeiro e collaborative ventures.
7. Licenciamento, franchising e outras estratégias contratuais.
8. O marketing em empresas globais.

Syllabus (Lim:1000)

1. Introduction: what is international business.
2. Globalization of markets and the internationalization of the firm.
3. Organizational participants that make international business happen.
4. The cultural environment and ethic of international business.
5. Exporting and countertrade.
6. Foreign direct investment and collaborative ventures.
7. Licensing, franchising, and other contractual strategies.
8. Marketing in the global firm.

Metodologias de Ensino (Avaliação incluída; Lim:1000)

Os conteúdos teóricos são leccionados com recurso a métodos expositivos e interrogativos. Os conteúdos práticos são leccionados recorrendo aos métodos ativos, privilegiando-se a metodologia dos casos de estudo.

Para a avaliação final da unidade curricular são considerados os seguintes elementos, todos de execução obrigatória durante o período letivo e com classificação mínima exigida de 9,5 valores, para obtenção de aprovação:

- i. Realização de um trabalho de grupo (máximo de 4 alunos), incluindo apresentação e discussão - plano de internacionalização de uma empresa - 40%
- ii. Outros trabalhos de grupo ou de realização individual (conforme o caso) - 20%
- iii. Teste escrito individual - 40%.

Teaching Methodologies (Including evaluation; Lim:1000)

Theoretical contents are taught using expository and interrogative methods. Practical contents are taught in practical classes, using active learning, privileging the methodology of case studies.

For the final assessment of the curricular course, the following elements are considered, all of which are mandatory during the semester teaching period, and with a minimum required grade of 9,5, for approval.

- i. Group work (maximum of 4 students), including presentation and discussion - internationalization plan of a company - 40%
- ii. Other group or individual work (as appropriate) - 20%
- iii. Individual written test - 40%

Bibliografia de Consulta (Lim:1000)

Bibliografia principal:

- Cavusgil, S. Tamer, Knight, Gary e Riesenberger, John R. (2017), International Business: The New Realities, 4th. edition, Upper Saddle River, New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Rugman and Collinson (2012), International Business, 6th edition, Upper Saddle River, New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Ferreira, Manuel P., Serra, Fernando R. e Reis, Nuno R. (2011), Negócios Internacionais e Internacionalização para as Economias Emergentes, Lisboa, editora Lidel.
- Daniels, John, Radebaugh, Lee e Sullivan, Daniel (2011), International Business: Global Edition, 13th edition, Pearson Prentice Hall.
- Hill, Charles W. L. (2012), International Business: Competing in the Global Marketplace, 9th edition, Boston, McGraw-Hill.

Bibliography (Lim:1000)

Bibliografia principal:

- Cavusgil, S. Tamer, Knight, Gary e Riesenberger, John R. (2012), International Business: The New Realities, 2nd. edition, Upper Saddle River, New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Rugman and Collinson (2012), International Business, 6th edition, Upper Saddle River, New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Ferreira, Manuel P., Serra, Fernando R. e Reis, Nuno R. (2011), Negócios Internacionais e Internacionalização para as Economias Emergentes, Lisboa, editora Lidel.
- Daniels, John, Radebaugh, Lee e Sullivan, Daniel (2011), International Business: Global Edition, 13th edition, Pearson Prentice Hall.
- Hill, Charles W. L. (2012), International Business: Competing in the Global Marketplace, 9th edition, Boston, McGraw-Hill.

Observações

«Observações»

Observations

«Observations»

Observações complementares

Inválido para efeito de certificação