

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 Marketing V3		
Curso / Course:	Licenciatura em Marketing Marketing		
Grau / Diploma:	Licenciado		
Departamento / Department:	Departamento de Gestão		
Unidade Orgânica / Organic Unit:	Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu		
Área Científica / Scientific Area:	Gestão		
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:	0019:30	(OT) Orientação Tutorial/Tutorial Orientation:	0000:00
(P) Práticas/Practical:	0039:00	(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

[3147] Margarida Alexandra Lopes Vicente

Docentes que lecionam / Teaching staff

[3147] MARGARIDA ALEXANDRA LOPES VICENTE

Objetivos de Aprendizagem

A unidade curricular tem como objetivo dotar o estudante de competências sobre a forma e o processo de internacionalização das empresas.

Inicialmente, introduzem-se os conceitos que permitem compreender a importância dos negócios internacionais no contexto atual, marcado por interdependências, riscos e incertezas. De seguida, apresentam-se os distintos modos de entrada nos mercados internacionais e as estratégias de adaptação aos mercados externos.

Learning Outcomes of the Curricular Unit

The course aims to provide students with skills on the form and the process of firms' internationalization. Initially, we introduce the concepts that allow to understand the importance of international business in the current context, marked by interdependencies, risks and uncertainties. Then, we present the distinct foreign market entry modes and the strategies to adapt to external markets.

Conteúdos Programáticos (Lim:1000)

- 1- Introdução: o que são negócios internacionais?
- 2- A globalização dos mercados e a internacionalização da empresa
- 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 empreendimentos colaborativos
- 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 in international business
- 4- The cultural environment and ethics in 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)

Nas aulas teórico-práticas faz-se a exposição das matérias que constam do conteúdo programático e concretizam-se os ensinamentos transmitidos, procurando-se que os alunos participem, de forma efetiva e empenhada, na colocação de questões pertinentes relativas às matérias abordadas. Nas aulas de prática laboratorial, os alunos aplicam os conhecimentos adquiridos num projeto de internacionalização de um produto/empresa.

A avaliação da aprendizagem é feita de acordo com as regras seguintes:

Classificação final = 15% Participação + 50% Trabalho prático de grupo + 35% Prova escrita

A submissão à avaliação implica que os alunos (não trabalhadores-estudantes) cumpram uma presença efetiva de pelo menos 50% do total de aulas lecionadas.

Os alunos trabalhadores-estudantes não são avaliados pela componente Participação, pelo que a Prova escrita tem um peso de 50%.

Teaching Methodologies (Including evaluation; Lim:1000)

In practical classes, we present the syllabus *subjects and we* concretize the knowledge transmitted, encouraging students to participate, in an effective and committed way, in the placement of relevant questions related to theoretical issues. In laboratorial practice classes, students apply the knowledge acquired in the internationalization project of a product/company.

The evaluation is made according to the following rules:

Final classification = 15% Participation + 50% Practical work group + 35% Written test

Bibliografia de Consulta (Lim:1000)

- Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J. R. (2017). *International business: the new realities* (4th edition). Boston: Pearson Prentice Hall Cota: 658 CAV

Bibliography (Lim:1000)

- Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J. R. (2017). *International business: the new realities* (4th edition). Boston: Pearson Prentice Hall Cota: 658 CAV

Observações

«Observações»

Observations

«Observations»

Observações complementares

Inválido para efeito de certificação