

TeSP - Produção de Atividades para o Turismo Cultural

Técnico Superior Profissional

Plano: Aviso nº 619/2016 - 21/01/2016

Ficha da Unidade Curricular: Internacionalização de Empresas

ECTS: 4; Horas - Totais: 108.0, Contacto e Tipologia, TP:60.0;

Ano | Semestre: 2 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 611819

Área de educação e formação: Ciência política e cidadania

Docente Responsável

Pedro Miguel Azeitona Gonzaga Barroso

Professor Adjunto Convidado

Docente(s)

Pedro Miguel Azeitona Gonzaga Barroso

Professor Adjunto Convidado

Objetivos de Aprendizagem

A UC tem como objetivo genérico a compreensão da dimensão internacional da gestão e a consciência da importância da interação empresarial com o mercado externo.

Conteúdos Programáticos

1. A gestão e o seu domínio internacional
2. Enquadramento da empresa com os mercados externos
3. Teorias de explicativas do comércio internacional e teorias de internacionalização
4. O processo de internacionalização
5. O papel das PME's na internacionalização
6. O marketing no domínio internacional
7. Ética nos negócios internacionais

Conteúdos Programáticos (detalhado)

1. A gestão e o seu domínio internacional

- 1.1 Conceitos, objetivos e princípios fundamentais da organização/empresa
- 1.2 A Gestão, o Gestor e as Organizações
- 2. Enquadramento da empresa com os mercados externos
 - 2.1 A globalização e as Novas Tendências da Gestão
 - 2.2 Fatores que influenciam o processo de internacionalização
 - 2.3 Barreiras e motivações à internacionalização
- 3. Teorias de explicativas do comércio internacional e teorias de internacionalização
 - 3.1 Escola clássica e neoclássica
 - 3.2 Nova teoria do comércio internacional
 - 3.3 A Teoria do IDE
 - 3.4 Teoria dos Estádios
 - 3.5 Teoria das redes
 - 3.6 O modelo das 'Born Globals'
- 4. O processo de internacionalização
 - 4.1 Estratégia empresarial e estratégia internacional
 - 4.2 Análise estratégica em contexto internacional
 - 4.3 Formas de presença empresarial nos mercados externos
 - 4.4 Novas formas de concorrência
 - 4.5 Novas formas de organização
- 5. O papel das PME's na internacionalização
- 6. O marketing no domínio internacional
 - 6.1 Plano de marketing internacional
 - 6.2 Risco das operações de marketing internacional
- 7. Ética nos negócios internacionais

Metodologias de avaliação

Avaliação contínua:

60% 2 testes individuais escritos (30%+30% da nota final)- nota média mínima de 8 valores

40% trabalho de grupo

Avaliação por exame:

70% teste individual escrito

30% trabalho de grupo ou trabalho individual

Software utilizado em aula

Não aplicável

Estágio

Não aplicável

Bibliografia recomendada

- Teixeira, S. e Diz, H. (2005). *Estratégias de internacionalização* Lisboa: Publisher Team
- Viana, C. e Hortinha, J. (1997). *Marketing Internacional* Lisboa: Edições Sílabo

- Martins, J. (2011). *Internacionalização e globalização de empresas* Lisboa: Edições Sílabo
- Daniels, J. e Radebaugh, L. (2011). *International business: environments and operations*
Boston: Pearson

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Os conteúdos programáticos da unidade curricular em questão têm como objetivo apresentar os trâmites essenciais do processo de internacionalização e da sua dimensão estratégica. Num contexto de crescente interdependência económica, política, social e cultural à escala mundial, os conteúdos serão cruciais para a criação de uma consciência efetiva da relevância de internacionalizar um negócio, independentemente do setor a que está afeto.

Metodologias de ensino

A unidade curricular é lecionada recorrendo a aulas teórico-práticas nas quais serão apresentados e discutidos tópicos basilares no domínio da internacionalização de empresas.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

Não só a complementaridade das aulas teórico-práticas, mas também a participação ativa dos alunos na discussão e apresentação de 'case studies', possibilita uma maior efetividade no despertar da consciência de que a internacionalização é um caminho importante a trilhar pelas empresas portuguesas. A incidência letiva numa aceção parcialmente prática mas também participativa visa um alcance real dos objetivos definidos.

Língua de ensino

Português

Pré-requisitos

Não aplicável

Programas Opcionais recomendados

Não aplicável

Observações

Docente responsável
