

**TeSP - Contabilidade e Gestão**

Técnico Superior Profissional

Plano: Despacho n.º 9750/2021 - 06/10/2021

**Ficha da Unidade Curricular: Internacionalização de Empresas**

ECTS: 3; Horas - Totais: 81.0, Contacto e Tipologia, TP:28.0; OT:14.0;

Ano | Semestre: 2 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 602917

Área de educação e formação: Ciência política e cidadania

**Docente Responsável**

Edgar Ferreira Enes

Assistente 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.

**Objetivos de Aprendizagem (detalhado)**

No final da UC os alunos devem reconhecer as principais formas de internacionalização, questões inerentes ao processo de globalização, principais teorias de internacionalização, desafios, oportunidades e riscos da internacionalização.

**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 PMEs 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: Realização de um trabalho de grupo com uma ponderação de 70% e assiduidade às aulas com um ponderação de 30% na avaliação final respetivamente. Os alunos obterão aprovação com classificação igual ou superior a 9,5 valores, resultante da média do trabalho de grupo e da assiduidade registada.

Avaliação por Exame - Época Normal: Prova escrita. Serão considerados aprovados à disciplina os alunos com classificação igual ou superior a 10 (dez) valores.

Avaliação por Exame - Época Recurso: Prova escrita. Serão considerados aprovados à disciplina os alunos com classificação igual ou superior a 10 (dez) valores.

### **Software utilizado em aula**

Não aplicável

### **Estágio**

Não aplicável

### **Bibliografia recomendada**

- Daniels, J. e Radebaugh, L. (2011). *International Business: environments and operations*. (Vol. ). Pearson.
- Martins, J. (2011). *Internacionalização e globalização de empresas*. (Vol. ). Edições Sílabo.
- Teixeira, S. e Diz, H. (2005). *Estratégias de Internacionalização*. (Vol. ). Publisher Team.
- Viana, C. e Hortinha, J. (1997). *Marketing Internacional*. (Vol. ). Edições Sílabo.

### **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**

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

- 4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
- 9 - Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;
- 12 - Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis;
- 13 - Adotar medidas urgentes para combater as alterações climáticas e os seus impactos;

---

**Docente responsável**

**Edgar  
Enes**

Assinado de forma  
digital por Edgar  
Enes  
Dados: 2024.09.27  
15:44:25 +01'00'

