



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E DO ENSINO SUPERIOR  
DIRECÇÃO-GERAL DO ENSINO SUPERIOR  
INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

**ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR**

**GESTÃO DE EMPRESAS**  
**RAMO DE GESTÃO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS**  
**INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS**

2003/2004

Regime: Semestral

4º ANO / 1º Semestre

CARGA HORÁRIA: (2T/2P)

Docente:

Maria de Fátima Rodrigues Pedro

Eq. Professora Adjunta

**PROGRAMA**

I- Actividade empresarial e globalização

II- A internacionalização das empresas

1. A internacionalização
2. O processo de decisão
3. Marketing Internacional

III- A estratégia de internacionalização

1. As etapas preliminares da estratégia de internacionalização
2. Formulação da estratégia de internacionalização
3. As opções estratégicas da empresa nos mercados internacionais

4. A selecção das localizações - alvo e a escolha dos modos de abordagem



#### IV- Os mercados internacionais e formas de acesso

1. Pesquisa de informações
2. A análise e escolha de mercados
3. O estudo dos mercados estrangeiros
4. Formas de acesso aos mercados internacionais

#### V- Apoios à internacionalização

## **AVALIAÇÃO**

### ***Avaliação para dispensa de exame final***

- Teste individual. Ponderação de 60%.
- Realização de trabalho prático. A desenvolver por grupos de dois a três alunos com apresentação e discussão. Ponderação de 40%.

A classificação final atribuída a cada aluno será em função do seu desempenho, avaliado através da realização dos elementos de avaliação descritos anteriormente.

Se o aluno alcançar uma nota inferior a 10 (dez) valores, na média dos dois elementos de avaliação, será reprovado; se for alcançada uma nota igual ou superior a 10 (dez) valores ficará aprovado. **A classificação mínima em qualquer um dos elementos de avaliação, para aprovação na disciplina, é de 10 (dez) valores.**

### ***Avaliação em exame final***

Se o aluno alcançar uma nota inferior a 10 (dez) valores na prova de exame será reprovado; se for alcançada uma nota igual ou superior a 10 (dez) valores ficará aprovado.



## **OBJECTIVOS**

Pretende-se, nesta disciplina, apresentar conceitos teóricos para análise e implementação do processo de internacionalização de empresas. Inculcar nos alunos um sentido crítico na análise dos aspectos teóricos com casos práticos.

## **BIBLIOGRAFIA**

BRITO, Pedro, ALVES, José, SILVA, Libório, Experiências de Internacionalização - A Globalização das empresas Portuguesas, Centro Atlântico, Lisboa, 2002.

DESGARDINS, Bruno, O novo ambiente internacional (desenvolvimento da empresa), Instituto Piaget, Lisboa, 1997.

FREIRE, Alfredo, Internacionalização - Desafios para Portugal, Lisboa, Editorial Verbo, Volume I 1997, Volume II 1999.

LEMAIRE, Jean-Paul, Estratégias de Internacionalização (desenvolvimento internacional da empresa), Instituto Piaget, Lisboa, 1997.

ROMÃO, António, Comércio e Investimento Internacional, ICEP, 1997.

VIANA, Carlos, HORTINHA, Joaquim, Marketing Internacional, Edições Sílabo, 2ª edição, Lisboa, 2002.

### **Bibliografia complementar**

ADDA, Jacques, A Mundialização da Economia - 1 Génese, Lisboa, Terramar, 1997.

ADDA, Jacques, A Mundialização da Economia - 2 Problemas, Lisboa, Terramar, 1997.

BAYLIS, SMITH, The Globalization of World Politics, Oxford, 1997.

BOSCH, Marc, Le management interculturel, Éditions Nathan, 1993.

DEFARGES, Moreau P., A Mundialização - O Fim das Fronteiras, Lisboa, Instituto Piaget.

FINURAS, Paulo, Gestão Internacional e Recursos Humanos, Edições Sílabo, Lisboa, 1999.

HOLT, David H., International Management- Text and Cases, The Dryden Press, Forth Worth, USA, 1998.

LANG, Tim, HINES, Colin, O Novo Protecționismo .- Protegendo o futuro contra o comércio livre, Lisboa, Instituto Piaget.

MEDEIROS, E. Raposo, Blocos Regionais de Integração Económica no Mundo, ISCSP, Lisboa,

MENDONÇA, António, FAUSTINO, Crespo H., BRANCO, Manual, FILIPE; Paulo J., Economia Financeira Internacional, McGraw Hill, 1998.

MICHALET, Charles-Albert, A sedução das Nações (ou como atrair os investimentos), Terramar, Lisboa, 2001.

MURTEIRA, Mário, A economia do mercado global, Editorial Presença, 1993.

PARKER, Barbara, Globalization and Business Practice Managing Across Boundaries, Sage Publications, London, 1998.

VOGL, Frank, SINCLAIR, James, Boom - Visões e Perspectivas para a Criação de um Séc. XXI de Crescimento, Vida Económica.

Filipe Pedro