INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA

Designação	Estratégias de Internacionalização	Área Científica	-
Classificação	Unidade/Projeto Extracurricular	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	1
Nível	-	Créditos ECTS	3.0
Tipo	Modular	Semestre	-
Código	9930-950-1009-00-23		

Horas totais de trabalho	81	Horas de Contacto	T -	TP 18	PL -	TC -	S -	E -	OT -	O -

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutórica; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s): Ricardo Jorge Vieira Correia

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
1. Compreender as especificidades na abordagem a mercados externos
2. Identificar mercados alvo internacionais
3. Conhecer as diferentes formas de acesso aos mercados internacionais
4. Compreender os fundamentos e procedimentos dos processos de internacionalização
5. Conhecer novos modelos de internacionalização e estratégias para uma internacionalização precoce

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Não aplicável

Conteúdo da unidade curricular

Introdução; O Processo de Internacionalização

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Introdução:
   - Conceito de internacionalização
   - A Envolvente Internacional
   - O Comércio Internacional
   - Principais Tendências de Internacionalização
   - Análise e Seleção de Mercados Internacionais
2. O Processo de Internacionalização:
   - Modelos de internacionalização clássicos e atuais
   - A importância das redes na internacionalização
   - Desafios e barreiras
   - Fatores de sucesso e boas práticas na internacionalização

Bibliografia recomendada

1. Buckley, P., & Ghauri, P. (2015). International Business Strategy: Theory and Practice. Taylor and Francis. ISBN: 9780415624701
2. Martins, J. (2011). Internacionalização e globalização de empresas. Edições Sílabo. ISBN:9789895613458
3. Teixeira, S., & Diz, H. (2005). Estratégias de Internacionalização. Publisher Team. ISBN: 9789896010256
4. Verbeke, A., Puck, J., & Tulder, R. (2018). Distance in international business: concept, cost and value. Bingley: Emerald Publishing. ISBN: 9781787437197
5. Wild, J.J., & Wild, K.L. (2014). International Business: The Challenges of Globalization. 7ª Ed., Prentice Hall USA. ISBN: 9780133401776

Métodos de ensino e de aprendizagem

Nas aulas teórico-práticas, serão introduzidos e explorados os conteúdos. Numa proposta de aprendizagem ativa, os estudantes trabalharão na resolução de problemas e estudos de caso aplicados ao seu contexto profissional e organizacional, num processo iterativo, tendo como objetivo a definição de propostas e soluções.

Alternativas de avaliação

- Avaliação Final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
  - Projetos - 100% (Elaboração de um plano de internacionalização aplicado a uma organização.)

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Ricardo Jorge Vieira Correia	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Sonia Paula da Silva Nogueira
19-06-2024	19-06-2024	20-06-2024

Este documento só tem validade académica depois de autenticado, em todas as suas folhas, com o selo a óleo da Instituição.