

1. Caracterização da Unidade Curricular

1.1. Designação da Unidade Curricular

1.1.1. Designação

Seminários de Internacionalização

Curso(s):

Comércio e Negócios Internacionais (P.L.)

1.1.2. Designation

Internationalization Seminars

Course(s):

Degree in International Business

1.2. Sigla da área científica em que se insere

1.2.1. Sigla da área científica

G

1.2.2. Scientific area's acronym

G

1.3. Duração da Unidade Curricular

1.3.1. Duração

Semestral

1.3.2. Duration

Semestral

1.4. Total de horas de trabalho

1.4.1. Horas de trabalho

Horas de Trabalho: 0108:00

1.4.2. Working hours

Working hours: 0108:00

1.5. Total de horas de contacto

1.5.1. Horas de contacto

(T) Teóricas:	0000:00	(TC) Trabalho de Campo:	0000:00
(TP) Teórico-Práticas:	0030:00	(OT) Orientação Tutorial:	0000:00
(P) Práticas:	0000:00	(E) Estágio:	0000:00
(PL) Práticas Laboratoriais:	0000:00	(O) Outras:	0000:00
(S) Seminário:	0015:00		
Horas Contacto:	0045:00		

1.5.2. Contact hours

(T) Theoretical:	0000:00	(TC) Field Work:	0000:00
(TP) Theoretical-practical:	0030:00	(OT) Tutorial Guidance:	0000:00
(P) Practical:	0000:00	(E) Internship:	0000:00
(PL) Laboratory practices:	0000:00	(O) Other:	0000:00
(S) Seminar:	0015:00		
Contact Hours:	0045:00		

1.6. ECTS

4

1.7. Observações

1.7.1. Observações

Obrigatória.

Avaliação: 5 horas

1.7.2. Comments

Mandatory

5 hours for assessment.

2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular

2.1. Docente responsável e carga letiva (preencher o nome completo)

JOÃO MANUEL AFONSO GERALDES

TPCNIN51 (3 horas semanais; 45 horas semestrais)

2.2. Responsible academic staff member and lecturing load (fill in the full name)

JOÃO MANUEL AFONSO GERALDES

TPCNIN51 (3 week hours; 45 semester hours)

3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na Unidade Curricular**3.1. Outros docentes e respetivas carga letivas**

3.2. Other academic staff and lecturing load

4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)**4.1. Objetivos de aprendizagem**

Objetivos de Aprendizagem

1. Compreensão das Técnicas e Ferramentas da Internacionalização Empresarial
2. Importância Prática da Internacionalização na Economia Portuguesa
3. Interação com Profissionais de Mercado
4. Análise de Setores de Atividade com Potencial Competitivo
5. Combinação de Teoria e Prática na Internacionalização

4.2. Learning outcomes of the curricular unit

Learning Objectives

1. Understanding the Techniques and Tools of Business Internationalization
2. Practical Importance of Internationalization in the Portuguese Economy
3. Interaction with Market Professionals
4. Analysis of Business Sectors with Competitive Potential
5. Combining Theory and Practice in Internationalization

5. Conteúdos programáticos**5.1. Conteúdos**

1. Introdução à Internacionalização vertente digital

- Conceitos básicos e importância da internacionalização
- Motivações e barreiras à internacionalização
- Riscos da Internacionalização
- Indicadores

1. Estratégias (Digitais) de Entrada em Mercados Externos

- Exportação direta e indireta
- Franquias, joint ventures e parcerias estratégicas
- Investimento direto estrangeiro (IDE)
- Modelos de Internacionalização
- Digitalização e e-commerce global como estratégia de entrada

1. Estudo de Mercados Internacionais Digitais

- Pesquisa de mercado e identificação de oportunidades
- Análise da concorrência e do ambiente regulatório

1. Planeamento Estratégico da Internacionalização e Segurança digital

- Desenvolvimento de um plano de internacionalização
- Avaliação de riscos e mitigação

1. Marketing Digital Internacional

- Adaptação de produtos e serviços para mercados externos
- Estratégias de comunicação e promoção internacional
- Estratégias de marketing digital e uso de social media em mercados internacionais

1. Logística e Cadeia de Suprimentos via Tecnológica

- Gestão de logística internacional
- Tecnologia como apoio na Sustentabilidade na logística internacional

1. Inovações Legais e Contratuais

- Contratos internacionais e inovações legais em blockchain.
- Propriedade intelectual e compliance regulatório com recurso blockchain.

1. Cultura e Negócios Internacionais

- Diferenças culturais e adaptação nos negócios, com utilização de ERPs.

1. Gestão Internacional de Recursos Humanos

- Estratégia e Planeamento de RH em Contexto Internacional
- Recrutamento e Seleção Internacional
- Gestão de Expatriados
- Tecnologia e Inovação na GIRH

1. Casos de Estudo e Boas Práticas (a ser leccionado em cada um dos pontos anteriores)

- Análise de casos reais de empresas internacionalizadas
- Discussão de estratégias e resultados

5.2. Syllabus

1. Introduction to Digital Internationalization

- Basic concepts and importance of internationalization
- Motivations and barriers to internationalization
- Risks of Internationalization
- Indicators

1. (Digital) Strategies for Entering Foreign Markets

- Direct and indirect exports
- Franchising, joint ventures and strategic partnerships
- Foreign direct investment (FDI)
- Internationalization models
- Digitalization and global e-commerce as an entry strategy

1. Study of Digital International Markets

- Market research and identification of opportunities
- Analysis of competition and the regulatory environment

1. Strategic Planning for Internationalization

- Development of an internationalization plan
- Risk assessment and mitigation

1. International Digital Marketing

- Adaptation of products and services for foreign markets
- International communication and promotion strategies
- Digital marketing strategies and use of social media in international markets

1. Logistics and Supply Chain via Technology

- International logistics management
- Technology as support for Sustainability in international logistics

1. Legal and Contractual Aspects

- International contracts and legal innovations on blockchain.
- Intellectual property and regulatory compliance with blockchain.

1. Culture and International Business

- Cultural differences and adaptation in business, using ERPs.

1. International Human Resource Management

- HR Strategy and Planning in an International Context
- International Recruitment and Selection
- Expatriate Management
- Technology and Innovation in IHRM

1. Case Studies and Good Practices (to be taught in each of the previous points)

- Analysis of real cases of internationalized companies
- Discussion of strategies and results

6.2. *Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives*

It is intended that students acquire skills in the subjects and tools, essential to achieving the proposed learning objectives, namely contact with decision-makers and actors involved in international internationalization actions, both in companies with a physical, digital or hybrid presence.

Likewise, the inclusion of executives with experience in internationalization in seminars makes it possible to acquire skills and master and understand these subjects.

Combination of Theory and Practice in Internationalization: This objective is addressed through the combination of theoretical content (such as introduction, entry strategies) and practical content (such as case studies and good practices), ensuring that students have a comprehensive and applicable training.

7. Metodologias de ensino (avaliação incluída)

7.1. Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Metodologia de ensino : apresentação dos temas a abordar, com exercícios exemplificativos e abordagens de interação com os alunos.

O modelo pedagógico de **Aprendizagem Ativa** será recomendado neste contexto, centrando-se no envolvimento dos alunos no processo de aprendizagem através da execução de atividades práticas e aplicadas que os obrigam a pensar e a participar ativamente.

A adoção destas metodologias de ensino e aprendizagem articuladas com o modelo pedagógico de aprendizagem ativa permitirá uma experiência educacional rica e prática, preparando os alunos para os desafios do mercado internacional.

Avaliação contínua

- Teste escrito - 50%
- Trabalhos de grupo ? 40%
- Participação nas aulas -10%).

Para passar na avaliação contínua os alunos terão de assistir presencialmente, no mínimo, a 70% das aulas.

Em alternativa os alunos podem realizar o exame final, cuja ponderação é de 100% da nota final.

7.2. *Teaching methodologies (including evaluation)*

Teaching methodology: presentation of the topics to be addressed, with exemplary exercises and approaches to interaction with students.

The **Active Learning pedagogical model** will be recommended in this context, focusing on the involvement of students in the learning process through the execution of practical and applied activities that force them to think and participate actively.

The adoption of these teaching and learning methodologies combined with the active learning pedagogical model will allow for a rich and practical educational experience, preparing students for the challenges of the international market.

Continuous evaluation

- Written test - 50%
- Group work - 40%
- **Participation in class** - 10%.

To pass the continuous assessment, students will have to attend at least 70% of classes in person. Alternatively, students can take the final exam, whose weight is 100% of the final grade.

8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da Unidade Curricular

8.1. Demonstração da coerência das metodologias

Pretende-se que o aluno, no final do semestre, possua as seguintes capacidades:

Avaliar o processo de tomada de decisão de um investimento internacional e entender os níveis de incerteza e risco associados a cada alternativa;
Domínio dos processos e dos métodos mais adequados à expansão e gestão descentralizada, tendo em conta os objetivos e propósitos entre divisões e empresas dum grupo económico, com ou sem autonomia de gestão.

A diversidade de metodologias de ensino e aprendizagem articuladas com o modelo pedagógico de **aprendizagem ativa** assegura uma abordagem integrada e coerente, que não só cobre os conteúdos programáticos de forma abrangente, mas também atende aos objetivos de aprendizagem, preparando os alunos para os desafios da internacionalização empresarial moderna.

8.2. *Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes*

It is intended that the student, at the end of the semester, has the following skills:

- Evaluate the decision-making process for an international investment and understand the levels of uncertainty and risk associated with each alternative;
- Mastery of the processes and methods most suitable for expansion and decentralized management, taking into account the objectives and purposes between divisions and companies of an economic group, with or without management autonomy.

The diversity of teaching and learning methodologies combined with the active learning pedagogical model ensures an integrated and coherent approach, which not only covers the program content comprehensively, but also meets the learning objectives, preparing students for the challenges of modern business internationalization.

9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória

1. Introdução à Internacionalização

Referências:

- Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J. R. (2020). *International Business: The New Realities* (5ª ed.). Pearson.
- Keegan, W. J., & Green, M. C. (2017). *Global Marketing* (9ª ed.). Pearson.
- Verbeke, A. (2021). *International Business Strategy* (2ª ed.). Cambridge University Press.

2. Estratégias de Entrada em Mercados Externos

Referências:

- Root, F. R. (1994). *Entry Strategies for International Markets*. Jossey-Bass.
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1977). The internationalization process of the firm - A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32.
- Cuervo-Cazurra, A., & Genc, M. (2008). Transforming disadvantages into advantages: Developing-country MNEs in the least developed countries. *Journal of International Business Studies*, 39(6), 957-979.

3. Estudo de Mercados Internacionais

Referências:

- Cateora, P. R., Gilly, M. C., & Graham, J. L. (2020). *International Marketing* (18ª ed.). McGraw-Hill Education.
- Aaker, D. A., Kumar, V., Day, G. S., & Leone, R. P. (2013). *Marketing Research* (12ª ed.). Wiley.

4. Planeamento Estratégico da Internacionalização

Referências:

- Lasserre, P. (2017). *Global Strategic Management* (4ª ed.). Palgrave Macmillan.
- Peng, M. W. (2021). *Global Business* (5ª ed.). Cengage Learning.
- Hill, C. W. L. (2019). *International Business: Competing in the Global Marketplace* (12ª ed.). McGraw-Hill Education.

5. Marketing Internacional

Referências:

- Keegan, W. J., & Green, M. C. (2017). *Global Marketing* (9ª ed.). Pearson.
- Usunier, J.-C., & Lee, J. A. (2013). *Marketing Across Cultures* (6ª ed.). Pearson.

6. Logística e Cadeia de Suprimentos

Referências:

- Christopher, M. (2016). *Logistics & Supply Chain Management* (5ª ed.). Pearson.
- Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2017). *The Handbook of Logistics and Distribution Management* (6ª ed.). Kogan Page.

7. Aspectos Legais e Contratuais

Referências:

- Schaffer, R., Agusti, F., Dhooge, L., & Earle, B. (2017). *International Business Law and Its Environment* (10ª ed.). Cengage Learning.
- Frynas, J. G., & Mellahi, K. (2015). *Global Strategic Management* (3ª ed.). Oxford University Press.

8. Cultura e Negócios Internacionais

Referências:

- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind* (3ª ed.). McGraw-Hill.
- Trompenaars, F., & Hampden-Turner, C. (2012). *Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business* (3ª ed.). McGraw-Hill.

9. Gestão Internacional de Recursos Humanos

Referências:

- Dowling, P. J., Festing, M., & Engle, A. D. (2013). *International Human Resource Management* (6ª ed.). Cengage Learning.
- Tarique, I., & Schuler, R. S. (2022). *International Human Resource Management: Policies and Practices for Multinational Enterprises* (5ª ed.). Routledge.
- Briscoe, D. R., Tarique, I., & Schuler, R. S. (2012). *International Human Resource Management: Policies and Practices for Multinational Enterprises* (4ª ed.). Routledge.

10. Casos de Estudo e Boas Práticas

Referências:

- Verbeke, A. (2021). *International Business Strategy* (2ª ed.). Cambridge University Press.
- Hill, C. W. L. (2019). *International Business: Competing in the Global Marketplace* (12ª ed.). McGraw-Hill Education.
- Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J. R. (2020). *International Business: The New Realities* (5ª ed.). Pearson.

Esta bibliografia detalhada proporciona um leque abrangente e diversificado de referências que suportam os tópicos abordados na unidade curricular de Seminários de Internacionalização, assegurando que os alunos têm acesso às melhores e mais relevantes fontes de informação e investigação no campo da internacionalização empresarial.