

1. Caracterização da Unidade Curricular

1.1. Designação da Unidade Curricular

1.1.1. Designação

Projeto de Simulação em Negócios Internacionais

Curso(s):

Comércio e Negócios Internacionais (P.L.)

1.1.2. Designation

Simulation Project in International Business

Course(s):

Degree in International Business

1.2. Sigla da área científica em que se insere

1.2.1. Sigla da área científica

I

1.2.2. Scientific area's acronym

I

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: 0216:00

1.4.2. Working hours

Working hours: 0216:00

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:	0006:00	(OT) Orientação Tutorial:	0000:00
(P) Práticas:	0079:30	(E) Estágio:	0000:00
(PL) Práticas Laboratoriais:	0000:00	(O) Outras:	0000:00
(S) Seminário:	0004:30		
Horas Contacto:	0090:00		

1.5.2. Contact hours

(T) Theoretical:	0000:00	(TC) Field Work:	0000:00
(TP) Theoretical-practical:	0006:00	(OT) Tutorial Guidance:	0000:00
(P) Practical:	0079:30	(E) Internship:	0000:00
(PL) Laboratory practices:	0000:00	(O) Other:	0000:00
(S) Seminar:	0004:30		
Contact Hours:	0090:00		

1.6. ECTS

8

1.7. Observações

1.7.1. Observações

Sem observações.

1.7.2. Comments

No further comments.

2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular

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

JORGE PAULO MARQUES SEQUEIRA
 TPCNIN62 (6 horas semanais; 90 horas semestrais)

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

JORGE PAULO MARQUES SEQUEIRA
 TPCNIN62 (6 week hours; 90 semester hours)

3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na Unidade Curricular

3.1. Outros docentes e respetivas carga letivas

HELDER ANTÓNIO FANHA MARTINS

TPCNIN61 (6 horas semanais; 90 horas semestrais)

3.2. *Other academic staff and lecturing load*

HELDER ANTÓNIO FANHA MARTINS

TPCNIN61 (6 week hours; 90 semester hours)

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

4.1. Objetivos de aprendizagem

1. Proporcionar ao aluno uma visão prática, integrada no normal desenvolvimento do plano curricular do curso, procurando cobrir as necessidades básicas que lhe assegurem uma abordagem mais fácil do mundo empresarial e uma melhor compreensão da problemática profissional a nível internacional;
2. Facultar uma vivência ética na profissão e nos negócios, desenvolvida em ambiente de simulação da realidade empresarial, mas suficientemente profunda e marcante para proporcionar uma futura postura ética;
3. Consolidar e integrar os conhecimentos obtidos nas restantes unidades curriculares do curso.

4.2. *Learning outcomes of the curricular unit*

1. To provide the student with a practical vision that is integrated into the normal development of the degree he/she is taking. It seeks to cover all basic needs that assure an easier approach to the business world and a better understanding of the profession at an international level.
2. To offer an ethical experience considering the profession and the business world. This experience is developed in a real business simulation environment deep and striking enough to provide future ethical behavior.
3. To consolidate and integrate previous knowledge from other courses belonging to the curriculum plan.

5. Conteúdos programáticos

5.1. Conteúdos

1. Metodologia de tomada de decisão
2. O Balanced Scorecard
3. Trabalho de Simulação
 - 3.1. Avaliar oportunidades de mercado, iniciar as operações e preparar-se para testar o mercado
 - 3.2. Lançar-se no mercado para testar a estratégia e as suposições do mercado
 - 3.3. Avaliar o desempenho do teste ao mercado e rever a estratégia
 - 3.4. Relatório Final

5.2. *Syllabus*

1. Decision making methodologies
2. the Balanced Scorecard
3. Simulation work
 - 3.1. Assess market opportunities, starting operations and prepare for test market
 - 3.2. Market launch to test strategies and market assumptions
 - 3.3. Assess test market performance and review strategies
 - 3.4. Final report

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

Syllabus is aligned with the objectives of the curricular unit as they allow the development of effective ways to work in a group and the development of collective activities; to increase skills considering time pressure and quantity of tasks to be performed; to stimulate and improve oral and written expression; to improve self-analysis of own work and critical analysis of others involved in the processes; to improve understanding of English as lingua franca in an international management context; to promote the use of information and communication systems in the business world and in an international context.

7. Metodologias de ensino (avaliação incluída)

7.1. Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A unidade curricular é de natureza prática e utiliza metodologias de aprender a fazer, aprendizagem baseada em problemas e projectos. Adicionalmente, a unidade curricular prevê a realização de conferências da responsabilidade de profissionais destacados externos ao ISCAL, nomeadamente de empresas com quem a instituição tem protocolos firmados no âmbito do curso de Comércio e Negócios Internacionais, bem como seminários por parte de professores do ISCAL das áreas científicas de Gestão e Finanças. A unidade curricular contemplará ainda um painel de professores especialistas para avaliação das apresentações finais dos alunos. Desta forma, pretende-se garantir altos níveis de exigência no âmbito dos processos de internacionalização.

Avaliação:

30%: Componente de capacidade individual demonstrada

1. Avaliação da Apresentação Final - 10%
2. Avaliação do *business report* final 10%
3. Teste - 10%

70%: Componente de resultados empresariais atingidos medidos através do balanced scorecard.

7.2. Teaching methodologies (including evaluation)

The course is of practical nature and uses methodologies of learning by doing, problema and project based learning. In addition to this, the curricular unit contemplates conferences held by distinguished third-party professionals, namely from companies with which ISCAL has written agreements regarding the degree of Commerce and International Business, as well as seminars held by ISCAL professors from the Management and Finance scientific areas. This curricular unit also integrates panels with specialist professors in order to assess students' final presentations. This way, we aim at ensuring high levels of exigence regarding internationalization processes.

Assessment:

30%: Demonstrated individual performance

1. Evaluation of Final Presentation - 10%
2. Evaluation of final business report - 10%
3. Test - 10%

70%: Business performance based on the balanced scorecard result.

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

8.1. Demonstração da coerência das metodologias

Tendo em conta os objectivos desta unidade curricular, a metodologia de ensino aqui utilizada, aprender a fazer, aprendizagem baseada em problemas e projectos, permite que o aluno tenha contacto, em sala de aula e laboratório, com os meios pedagógicos que lhes permitem obter as competências práticas sobre os conceitos fundamentais dos negócios internacionais.

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

Considering the objectives of the course, the teaching methodologies, i.e., learning by doing and problem and project based learning, will allow the student to have contact, in the classroom as a laboratory, with the necessary pedagogical and business tools in order to obtain the practical skills regarding the fundamental concepts of international business.

9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória

Simulation Textbook and Help File (Extended International Corporate Management).

Achrol RS, Kotler P (2012) Frontiers of the marketing paradigm in the third millennium. *J Acad Mark Sci* 40(1):35-52

Aguinis, H. (2013). *Performance management* (3rd ed.). Upper Saddle River: Pearson Education, Inc.

Clark, D. (2014, June 19). How to succeed in a cross-cultural workplace. *Forbes*.

De Propriis, L. (2018). *Disruptive Industry 4.0, MAKERS report*. Report to the EU Commission.

Fanha Martins, H. (2023). *Mastering the Game: A Reference Handbook on Business Simulations, Information and Communication Sciences*.

Fanha Martins, H; Chede Freitas, P. (2019). *Fundamental Concepts in International Corporate Management, Contributions to Business Simulation Practice*. KDP, Business Management Series, NY.

Hernández, V., & Pedersen, T. (2017). Global value chain configuration: A review and research agenda. *Business Research Quarterly*, 61, 1-14.

Kotler, Philip; Armstrong, Gary (2016) *Principles of Marketing* (16th Edition), Pearson, Boston.

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Mootee, I. (2013). *Design thinking for strategic innovation*. Hoboken, NJ: Wiley.

Niven PR (2002) *Balanced scorecard step-by-step: maximizing performance and maintaining results*. Wiley, New York

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. Hoboken, NJ: Wiley. Ott, T. E., Eisenhardt, K. M., & Bingham, C. B. (2017). Strategy formation in entrepreneurial settings: Past insights and future directions. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(3), 306-325.

Porter, M. E. (1979). How competitive forces shape strategy. *Harvard Business Review*, 57(2), 137-145.

Reuber, R. (2016). *Multilingualism and the internationalization of firms in digital markets*. 43rd AIB-UKI, Department of Management Birkbeck, University of London, London.

Rodrigues, Jorge (2019). *Princípios de Gestão de Marketing*, 1ª ed., Lisboa: Escolar Editora.

Sotomayor, A. M.; Rodrigues, J.; e Duarte, M. (2014). *Princípios de Gestão das Organizações*. 2ª ed., Lisboa: Rei dos Livros.