

DISCIPLINA: Tópicos Especiais Mercadológicos: Negócios Internacionais	CODIGO : GT00MER007.1
---	---------------------------------

Departamento/Coordenação:

Departamento de Ciências Sociais Aplicadas
Coordenação do Curso de Bacharelado em Administração

VALIDADE: Início: 06/2016

Término:

Carga Horária: Total: 60 horas/aula

Semanal: 04 aulas

Créditos: 04

Modalidade: Teórica / prática

Classificação do Conteúdo pelas DCN : Formação profissional

Ementa:

Evolução dos negócios internacionais. Importância da internacionalização de empresas e orientações estratégicas globais. Influência dos ambientes macroeconômico, político, legal e cultural sobre os negócios internacionais. Modos de entrada em mercados internacionais e gerenciamento de empresas multinacionais.

Cursos	Período	Eixo	Obrig.	Optativa
Administração	5º, 6º, 7º, 8º.	5- Mercadológico		X

INTERDISCIPLINARIDADE

Pré-requisitos	Código
O aluno deverá estar cursando a partir do 4º período.	
Co-requisitos	
Não tem	
Disciplinas para as quais é pré-requisito	
Não tem	
Disciplinas para as quais é co-requisito	
Não tem	

Objetivos: A disciplina deverá possibilitar ao estudante	
1	Entender a evolução dos negócios internacionais e da globalização.
2	Compreender os motivos e dificuldades na internacionalização de empresas.
3	Analisar os fatores que afetam os negócios internacionais.
4	Avaliar os resultados de processos de internacionalização a partir de casos de empresas multinacionais.
6	Entender as diferentes estratégias e modos de entrada das empresas no exterior.
7	Planejar a internacionalização de uma empresa.

Unidades de ensino		Carga-horária Horas/aula
1	Negócios internacionais Investimento Direto Estrangeiro Motivos para internacionalizar Dificuldades em internacionalizar Orientações estratégicas globais Globalização Atores internacionais	15
2	Ambiente macroeconômico Moedas e taxas de câmbio Integração econômica regional	10
3	Ambiente político e legal Sistema político e legal Riscos da internacionalização	10
4	Ambiente cultural Dimensões de cultura Impacto nos negócios	10
5	Modos de entrada Relação controle x risco Sole ventures x joint ventures Exportação direta e indireta Alianças e parcerias Fusão e aquisição Greenfield	10
6	Internacionalização de empresas brasileiras Histórico Resultados Casos	5
TOTAL		60

Bibliografia Básica	
1	CAVUSGIL, S. T.; KNIGHT, G.; RIESENBERGER, J. R. Negócios Internacionais: estratégia, gestão e novas realidades . São Paulo, Pearson, 2010.
2	MINERVINI, Nicola. O exportador: ferramentas para atuar com sucesso no mercado internacional . 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008
3	KOTLER, Phillip, KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing . 12 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005

Bibliografia Complementar	
1	KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing . 12 ed. São Paulo: Atlas, 2007.
2	OLIVEIRA JUNIOR, M. M. Multinacionais Brasileiras: internacionalização, in ovação e estratégia global . Porto Alegre: Bookman, 2010..
3	RAMSEY, J.; ALMEIDA, A. A Ascensão das Multinacionais Brasileiras: O grande salto de pesos-pesados regionais a verdadeiras multinacionais. Elsevier, Belo Horizonte: Fundação Dom Cabral, 2009
4	VASCONCELLOS, Eduardo (Coord.). Internacionalização, estratégia e estrutura: o que podemos aprender com o sucesso da ALPARGATAS, AZALÉIA, FANEM, ODEBRECHT, VOITHE VOLKSWAGEN . São Paulo: Atlas, 2008.
5	URDAN, Flávio; URDAN, André. Gestão do composto de marketing . São Paulo: Atlas, 2006.