



Componente Curricular: Exclusivo de curso ( )			Eixo Comum ( )			Eixo Universal (X)						
Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - MKT E CRIAÇÃO				Núcleo Temático: PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS								
Nome do Componente Curricular: NEGÓCIOS INTERNACIONAIS (OPTATIVA)					Código do Componente Curricular:							
Carga horária: 4 horas aula 64 h / 76 h/a		( x ) Sala de aula ( ) Laboratório ( ) EaD		Etapa: 7								
Ementa:  Estudo das características do mercado internacional. Análise da influência da dimensão cultural no processo de negociação nos diferentes mercados. Estudo das estratégias de entrada e expansão da empresa em mercados internacionais. Análise dos aspectos tributários, cambiais e financeiros envolvidos nas operações de exportação e de importação, no Brasil.												
Conteúdo Programático:  1. Os ambientes de Mercado Internacional: político, legal, econômico e cultural; 2. Estratégias de Entrada e Expansão em Mercados Internacionais; 3. Negociação Internacional; 4. Câmbio: pagamentos internacionais; 5. Aspectos administrativo, fiscais e financeiros na exportação e importação no Brasil.												
<table border="1"><thead><tr><th>Sem</th><th>Tópico do conteúdo</th><th>Referências Bibliográficas</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>Apresentação do conteúdo / unidades de trabalho</td><td>HARTUNG, Douglas. <i>Negócios Internacionais</i>. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2012.  LUDOVICO, Nelson. <i>Mercados e Negócios Internacionais</i>. São Paulo: Saraiva, 2012.</td></tr></tbody></table>							Sem	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas	1	Apresentação do conteúdo / unidades de trabalho	HARTUNG, Douglas. <i>Negócios Internacionais</i> . Rio de Janeiro: Qualitymark, 2012.  LUDOVICO, Nelson. <i>Mercados e Negócios Internacionais</i> . São Paulo: Saraiva, 2012.
Sem	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas										
1	Apresentação do conteúdo / unidades de trabalho	HARTUNG, Douglas. <i>Negócios Internacionais</i> . Rio de Janeiro: Qualitymark, 2012.  LUDOVICO, Nelson. <i>Mercados e Negócios Internacionais</i> . São Paulo: Saraiva, 2012.										



2	Introdução ao contexto de Negócios Internacionais	HARTUNG, Douglas. <i>Negócios Internacionais</i> . Rio de Janeiro: Qualitymark, 2012.  LUDOVICO, Nelson. <i>Mercados e Negócios Internacionais</i> . São Paulo: Saraiva, 2012.
3	A lógica de competitividade global em Negócios Internacionais	KEEGAN, Warren J.; GREN, Mark C. <i>Marketing Global</i> . São Paulo: Saraiva, 2013.  AMATUCCI, Marcos (Organizador). <i>Internacionalização de Empresas: Teorias, Problemas e Casos</i> . São Paulo: Atlas, 2009.
4	Os ambientes de Mercado Internacional – Parte I (político e legal)	KEEGAN, Warren J.; GREN, Mark C. <i>Marketing Global</i> . São Paulo: Saraiva, 2013.  AMATUCCI, Marcos (Organizador). <i>Internacionalização de Empresas: Teorias, Problemas e Casos</i> . São Paulo: Atlas, 2009.
5	Os ambientes de Mercado Internacional: Parte II (econômico e cultural)	RACY, Joaquim Carlos. <i>Introdução à Gestão de Negócios Internacionais</i> . São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.
6	Estratégias de Entrada e Expansão em Mercados Internacionais – Parte I	CASTRO, José Augusto de. <i>Exportação: Aspectos práticos e operacionais</i> . 8ª Ed. São Paulo: Aduaneira, 2011.  KEEGAN, Warren J.; GREN, Mark C. <i>Marketing Global</i> . São Paulo: Saraiva, 2013.
7	Estratégias de Entrada e Expansão em Mercados Internacionais – Parte II	CASTRO, José Augusto de. <i>Exportação: Aspectos práticos e operacionais</i> . 8ª Ed. São Paulo: Aduaneira, 2011.  KEEGAN, Warren J.; GREN, Mark C. <i>Marketing Global</i> . São Paulo: Saraiva, 2013.
8	Dinâmicas Internacionais: relação dos Blocos Econômicos nas relações de negócio – Parte I	FARO, Ricardo; FARO, Fátima. <i>Curso de Comércio Exterior. Visão e Experiência Brasileira</i> . 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.  VASCONCELOS, Marco Antonio, SILBER, Simão, LIMA, Miguel. <i>Gestão de Negócios Internacionais</i> . São Paulo: Saraiva, 2006.



9	Dinâmicas Internacionais: relação dos Blocos Econômicos nas relações de negócio – Parte I	FARO, Ricardo; FARO, Fátima. <i>Curso de Comércio Exterior. Visão e Experiência Brasileira</i> . 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.  VASCONCELOS, Marco Antonio, SILBER, Simão, LIMA, Miguel. <i>Gestão de Negócios Internacionais</i> . São Paulo: Saraiva, 2006.
10	Negociação Internacional – Princípios e características de análise	KEEGAN, Warren J.; GREN, Mark C. <i>Marketing Global</i> . São Paulo: Saraiva, 2013.  LUDOVICO, Nelson. <i>Mercados e Negócios Internacionais</i> . São Paulo: Saraiva, 2012.
11	Aspectos negociais e diferencial competitivo – metodologias de negociação (negociador)	KEEGAN, Warren J.; GREN, Mark C. <i>Marketing Global</i> . São Paulo: Saraiva, 2013.  LUDOVICO, Nelson. <i>Mercados e Negócios Internacionais</i> . São Paulo: Saraiva, 2012.
12	Mecanismos de apoios internacionais – Organismos de cooperação financeira e comercial.	HARTUNG, Douglas. <i>Negócios Internacionais</i> . Rio de Janeiro: Qualitymark, 2012.
13	Composto de Marketing Internacional (International Marketing MIX) – Parte I	VASCONCELOS, Marco Antonio, SILBER, Simão, LIMA, Miguel. <i>Gestão de Negócios Internacionais</i> . São Paulo: Saraiva, 2006.
14	Composto de Marketing Internacional (International Marketing MIX) – Parte II	VASCONCELOS, Marco Antonio, SILBER, Simão, LIMA, Miguel. <i>Gestão de Negócios Internacionais</i> . São Paulo: Saraiva, 2006.
15	Câmbio: pagamentos internacionais	CASTRO, José Augusto de. <i>Exportação: Aspectos práticos e operacionais</i> . 8ª Ed. São Paulo: Aduaneira, 2011.  FARO, Ricardo; FARO, Fátima. <i>Curso de Comércio Exterior. Visão e Experiência Brasileira</i> . 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.
16	Aspectos administrativo, fiscais e financeiros na exportação e importação no Brasil. Parte I	CASTRO, José Augusto de. <i>Exportação: Aspectos práticos e operacionais</i> . 8ª Ed. São Paulo: Aduaneira, 2011.  FARO, Ricardo; FARO, Fátima. <i>Curso de Comércio Exterior. Visão e Experiência Brasileira</i> . 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010



<b>17</b>	Aspectos administrativo, fiscais e financeiros na exportação e importação no Brasil. Parte II	CASTRO, José Augusto de. <i>Exportação: Aspectos práticos e operacionais</i> . 8ª Ed. São Paulo: Aduaneira, 2011.  FARO, Ricardo; FARO, Fátima. <i>Curso de Comércio Exterior. Visão e Experiência Brasileira</i> . 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010
<b>18</b>	Apresentação de Painel sobre Corporações e estratégias de internacionalização. Parte I.	KEEGAN, Warren J.; GREN, Mark C. <i>Marketing Global</i> . São Paulo: Saraiva, 2013.  AMATUCCI, Marcos (Organizador). <i>Internacionalização de Empresas: Teorias, Problemas e Casos</i> . São Paulo: Atlas, 2009.
<b>19</b>	Apresentação de Painel sobre Corporações e estratégias de internacionalização. Parte II	KEEGAN, Warren J.; GREN, Mark C. <i>Marketing Global</i> . São Paulo: Saraiva, 2013.  AMATUCCI, Marcos (Organizador). <i>Internacionalização de Empresas: Teorias, Problemas e Casos</i> . São Paulo: Atlas, 2009.
<b>20</b>	Aplicação SUB	Bibliografia Básica e Complementar do componente.
<b>21</b>	Aplicação PF	Bibliografia Básica e Complementar do componente

**Bibliografia Básica:**

CASTRO, José Augusto de. *Exportação: Aspectos práticos e operacionais*. 8ª Ed. São Paulo: Aduaneira, 2011.

FARO, Ricardo; FARO, Fátima. *Curso de Comércio Exterior. Visão e Experiência Brasileira*. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

KEEGAN, Warren J.; GREN, Mark C. *Marketing Global*. São Paulo: Saraiva, 2013.

**Bibliografia Complementar:**

AMATUCCI, Marcos (Organizador). *Internacionalização de Empresas: Teorias, Problemas e Casos*. São Paulo: Atlas, 2009.

HARTUNG, Douglas. *Negócios Internacionais*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2012.

LUDOVICO, Nelson. *Mercados e Negócios Internacionais*. São Paulo: Saraiva, 2012.



Universidade Presbiteriana

**Mackenzie**

**Centro de Comunicação e Letras – Curso de Publicidade e Propaganda**

---

RACY, Joaquim Carlos. Introdução à Gestão de Negócios Internacionais. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

SEGRE, German (Organizador). Manual Prático de Comércio Exterior. 19 Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

VASCONCELOS, Marco Antonio, SILBER, Simão, LIMA, Miguel. Gestão de Negócios Internacionais. São Paulo: Saraiva, 2006.