



Componente Curricular: Exclusivo de curso ( X )		Eixo Comum ( )	Eixo Universal ( )
Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - MKT E CRIAÇÃO		Núcleo Temático: PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS	
Nome do Componente Curricular: NEGÓCIOS INTERNACIONAIS (OPTATIVA)		Código do Componente Curricular: ENOP51341	
Carga horária: 4 horas aula 64 h / 76 h/a	( x ) Sala de aula ( ) Laboratório ( ) EaD	Etapa: 7	
<p>Ementa:</p> <p>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.</p>			
<p>Conteúdo Programático:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Os ambientes de Mercado Internacional: político, legal, econômico e cultural;</li><li>2. Estratégias de Entrada e Expansão em Mercados Internacionais;</li><li>3. Negociação Internacional;</li><li>4. Câmbio: pagamentos internacionais;</li><li>5. Aspectos administrativo, fiscais e financeiros na exportação e importação no Brasil.</li></ol>			
<b>Sem</b>	<b>Tópico do conteúdo</b>	<b>Referências Bibliográficas</b>	
1	Apresentação do conteúdo / unidades de trabalho	<p>HARTUNG, Douglas. <i>Negócios Internacionais</i>. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2012.</p> <p>LUDOVICO, Nelson. <i>Mercados e Negócios Internacionais</i>. São Paulo: Saraiva, 2012.</p>	



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	Apresentação do Painel de Negócios Internacionais e Blocos Econômicos (mercado) – 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	Apresentação do Painel de Negócios Internacionais e Blocos Econômicos (mercado) – Parte II	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



17	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
18	Apresentação de Painel sobre Corporações, 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.
19	Apresentação de Painel sobre Corporações, 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.
20	Aplicação SUB	Bibliografia Básica e Complementar do componente.
21	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.

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