



| | | | | | | | | |
|---|--|--|----------------|---|--|----------------------|--|--|
| 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. | | | | | | | | |
| 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 | 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.