

## CURSOS LIVRES AVANÇADOS

### PLANO DE ENSINO

**Nome do Curso:** Paradiplomacia na prática

**Carga horária:** 10 horas

**Duração:** 3 meses

**Requisitos:** Inscrição no CONRI com credencial Profissional ou VIP; inscrição somente do curso, sem vínculo com CONRI 2019; para ter aprovação, é preciso assistir todas as aulas, fazer todas as atividades e ter aproveitamento de 80% na avaliação teórica e na avaliação prática.

#### **Ministrante**

##### **Wesley S. T. Guerra**

Doutorando em Sociedade da Informação e Inovação (UOC), Mestre em Políticas Sociais e Intervenção Comunitária (Universidad de Coruña), Especialista em Migrações (UDC), Especialista em Ciências Políticas e Relações Internacionais (FESPSP), MBA em Global Management (Massachussetts Business Institute), Bacharel em Administração de Empresas (UCB). Atualmente é pesquisador e presidente do CERES.



#### **Ementa**

Os objetivos do curso são entender a evolução da paradiplomacia no Brasil e no Mundo, analisar, organizar e executar programas de promoção internacional para municípios, estados e organizações, e, por fim, conhecer o relacionamento com órgãos públicos estaduais e federais.

#### **Método de avaliação: avaliação teórica e prática**

Ao final de cada aula, deverá ser respondido um questionário com 5 perguntas referentes ao conteúdo específico da aula. Essa é a avaliação teórica do curso, a qual

exige 80% de aproveitamento nas questões das aulas (ou seja, acertar pelo menos 28 das 35 questões) para poder realizar a avaliação prática do curso.

Para a avaliação prática, faça uma pesquisa em sua região (município ou estado) e desenvolva um power point (mínimo 3 slides máximo 6) apresentando as vantagens de investimentos e os setores que devem ser internacionalizados. Caso deseje é possível escolher outro município de sua preferência.

## **Programação**

### **AULA 1 – O QUE É A PARADIPLOMACIA?**

1. Apresentação do curso
2. Panorama da Paradiplomacia no Brasil
3. Principais órgãos e agências
4. Teoria x prática

### **AULA 2 – PARADIPLOMACIA OU DIPLOMACIA?**

1. O papel das APIS
2. Diferença entre Paradiplomacia e Diplomacia
3. Camaras de comércio

### **AULA 3 – ATIVIDADES DA PARADIPLOMACIA**

1. Promoção internacional
2. Acordos, convênios e cartas de intenções.
3. Transferência acadêmica e tecnológica
4. Internacionalização
5. PPI, PPP

### **AULA 4 – PROMOÇÃO INTERNACIONAL**

1. Promoção comercial
2. Promoção turística
3. Feiras e eventos
4. Denominação regional

## AULA 5 – TECNOLOGIA NA PARADIPLOMACIA

1. Smartcities
2. Parques tecnológicos
3. Intercâmbio acadêmico

## AULA 6 – ATRAIR INVESTIMENTOS

1. Ferramentas e políticas de atração de investimentos.
2. Atuação pública e privada.

## AULA 7 – PROMOVER A INTERNACIONALIZAÇÃO

1. Ferramentas de formação.
2. Atuação pública e privada.

### **Referências Bibliográficas**

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AMATUCCI, Marcos. Internacionalização de empresas: teorias, problemas e casos. São Paulo: Atlas, p. B3rios, 2009.

Levitt, Theodore. The Globalization of Markets, Harvard Business Review, May-June 1983.

Vernon, R. (1979). The product cycle hypothesis in a new international environment. Oxford bulletin of economics and statistics, 41(4), 255-267.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J. The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing market commitment. Journal of International Business Studies, v. 8, p. 23-32, 1977.

ASGARY, N. & WALLE, A.H., 2002. The cultural impact of globalization: economic activity and social change. Cross Cultural Management Journal. Vol.9, Number 3, pp 58-75.

HERNAIS, CARLOS A. O desafio dos Mercados Externos: Teoria e Prática. 2004.

HILAL, ADRIANA VICTORIA GARIBALDI DE. Dimensões e Clusters de Cultura Organizacional de uma Empresa. 2003.

KEISER, Robert, Subnational Governments as Actors in International Relations: Federal Reforms and Regional Mobilization in Germany and the United States, Stuttgart, 2000.

SASSEN, Saskia. The Global City: Strategic site, New Frontier. Managing Urban Futures, 2016.

S.T Guerra, Wesley. O Papel da paradiplomacia na internacionalização de Empresas. CEIRI. <https://ceiri.news/o-papel-da-paradiplomacia-na-internacionalizacao-de-empresas/>.

S.T Guerra, Wesley. Paradiplomacia, um vetor de desenvolvimento econômico. Cidadão do Mundo. <https://cidadaosdomundosite.wordpress.com/2016/05/04/paradiplomacia-um-vetor-de-desenvolvimento-economico-por-wesley-s-t-guerra/>.

S.T Guerra, Wesley. Smartcities. Cidades Globais no declínio dos autores internacionais. CEIRI. <https://ceiri.news/das-smartcities-cidades-globais-no-declinio-dos-atores-internacionais/>.

#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BOONE, Louis E.; KURTZ, David L. Marketing Contemporâneo. 8 ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998.

CHURCHILL, Jr., Gilbert A., PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para os clientes. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

HOOLEY, G.; SAUNDERS, J. Posicionamento Competitivo. São Paulo: Makron, 1996.  
KOTABE, Masaaki; HELSEN, Kristiaan. Administração de marketing global. São Paulo: Atlas, 2000.

KOTLER, Philip – Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1998.

\_\_\_\_\_. Administração de Marketing. 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAS CASAS, Alexandre. Administração de Marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2006.

\_\_\_\_\_. Marketing – Conceitos, Exercícios e casos. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

NICKELS, William G.; WOOD, Marian Burk. Marketing: Relacionamento, Qualidade, Valor. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

SEMENIK, Richard e BAMOSSY, J. Gary – Princípios de Marketing: uma perspectiva global. São Paulo: Makron Books, 1996.

VAZ, Nuno Gil. Marketing Institucional: o mercado de ideias e imagens. São Paulo: Pioneira, 1995.

Geert Hofstede Website, 2015. <http://geert-hofstede.com/index.php> [acessado em 04 de maio de 2015].

Gennep, A. van, 2011. Os ritos de passagem. Tradução de Mariano Ferreira, apresentação de Roberto da Matta. 3ª ed., Petrópolis: Vozes.

Lauring, J., 2011. Intercultural Organizational Communication: The social organizing of interaction in international encounters. Journal of Business Communication. Vol 48. Number 3, July, pp 231-256.

Minkov, M., 2013. Cross-cultural analysis: the Science and art of comparing the world's modern societies and their culture. United States of America: SAGE Publications.