

1. Caracterização da Unidade Curricular

1.1. Designação da Unidade Curricular

1.1.1. Designação

International Business Simulation Project

Curso(s):

Erasmus

1.1.2. Designation

International Business Simulation Project

Course(s):

1.2. Sigla da área científica em que se insere

1.2.1. Sigla da área científica

-

1.2.2. Scientific area's acronym

-

1.3. Duração da Unidade Curricular

1.3.1. Duração

Semestral

1.3.2. Duration

Semestral

1.4. Total de horas de trabalho

1.4.1. Horas de trabalho

Horas de Trabalho: 0000:00

1.4.2. Working hours

Working hours: 0000:00

1.5. Total de horas de contacto

1.5.1. Horas de contacto

(T) Teóricas:	0000:00	(TC) Trabalho de Campo:	0000:00
(TP) Teórico-Práticas:	0000:00	(OT) Orientação Tutorial:	0000:00
(P) Práticas:	0000:00	(E) Estágio:	0000:00
(PL) Práticas Laboratoriais:	0000:00	(O) Outras:	0000:00
(S) Seminário:	0000:00		
Horas Contacto:	0000:00		

1.5.2. Contact hours

(T) Theoretical:	0000:00	(TC) Field Work:	0000:00
(TP) Theoretical-practical:	0000:00	(OT) Tutorial Guidance:	0000:00
(P) Practical:	0000:00	(E) Internship:	0000:00
(PL) Laboratory practices:	0000:00	(O) Other:	0000:00
(S) Seminar:	0000:00		
Contact Hours:	0000:00		

1.5.3. % Horas de contacto à distância

Sem horas de contacto à distância

1.5.4. % Remote contact hours

No remote hours

1.6. ECTS

8

2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular

2.1. Docente responsável e carga letiva (preencher o nome completo)

HELDER ANTÓNIO FANHA MARTINS

TPERASM11 (6 horas semanais; 90 horas semestrais)

2.2. Responsible academic staff member and lecturing load (fill in the full name)

HELDER ANTÓNIO FANHA MARTINS

TPERASM11 (6 week hours; 90 semester hours)

3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na Unidade Curricular

3.1. Outros docentes e respetivas carga letivas

3.2. Other academic staff and lecturing load

4. Objetivos de aprendizagem

4.1. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)

No final da UC, o/a estudante deverá: (1) integrar conhecimentos do curso num projeto de simulação internacional; (2) aplicar metodologias de decisão e o Balanced Scorecard à definição, execução e monitorização da estratégia; (3) analisar oportunidades de mercado, planear o arranque, testar o mercado e rever a estratégia; (4) produzir e defender um relatório e uma apresentação final; (5) colaborar em equipa sob pressão de tempo/tarefas, com ética profissional e uso de ferramentas digitais; (6) comunicar resultados em contexto de gestão internacional.

Compatibilidade: UC de natureza prática assente em learning by doing, problem/project-based learning, seminários e painéis de especialistas, transformando a sala em laboratório empresarial.

4.2. *Learning objectives and their compatibility with the teaching method (knowledge, skills and competencies to be developed by students)*

By the end, students will: (1) integrate prior knowledge in a simulated internationalisation project; (2) apply decision-making methodologies and the Balanced Scorecard to define, execute and monitor strategy; (3) assess market opportunities, plan start-up, run a test market and review strategy; (4) produce and defend a final report and presentation; (5) collaborate under time/task pressure with professional ethics and digital tooling; (6) communicate results in an international management context.

Compatibility: practice-oriented course grounded in learning by doing and problem/project-based learning, with seminars and expert panels; classroom as a business lab.

5. Conteúdos programáticos

5.1. Conteúdos

1. Metodologia de tomada de decisão
2. O Balanced Scorecard
3. Trabalho de Simulação
 - 3.1. Avaliar oportunidades de mercado, iniciar as operações e preparar-se para testar o mercado
 - 3.2. Lançar-se no mercado para testar a estratégia e as suposições do mercado
 - 3.3. Avaliar o desempenho do teste ao mercado e rever a estratégia
 - 3.4. Relatório Final

5.2. *Syllabus*

1. Decision making methodologies
2. the Balanced Scorecard
3. Simulation work
 - 3.1. Assess market opportunities, starting operations and prepare for test market
 - 3.2. Market launch to test strategies and market assumptions
 - 3.3. Assess test market performance and review strategies
 - 3.4. Final report

6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos

6.1. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Os conteúdos (metodologias de decisão; Balanced Scorecard; trabalho de simulação com fases de análise, arranque, teste de mercado, avaliação e relatório) suportam diretamente os objetivos: permitem selecionar e implementar estratégias, monitorizar desempenho e rever opções; desenvolver trabalho em equipa sob pressão; e produzir evidências (apresentação e relatório) alinhadas com a prática de gestão internacional. A estrutura por etapas garante a integração de conhecimentos prévios e a transferência para contextos reais de negócios.

6.2. *Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives*

The syllabus items, decision-making methodologies; Balanced Scorecard; and the simulation work staged as opportunity analysis, start-up, test market, performance review and final report, map directly onto the outcomes: they enable strategy selection and execution, performance monitoring and revision; teamwork under time pressure; and the production/defence of presentation and report in an international business setting. The staged design integrates prior knowledge and fosters transfer to real-world contexts.

7. Metodologias de ensino

7.1. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico

A UC é operacionalizada como laboratório de gestão internacional com metodologias de learning by doing e aprendizagem baseada em problemas e projetos. Em equipas, os/as estudantes assumem funções (marketing, operações, finanças) e tomam decisões periódicas sobre posicionamento, capacidade, preços, canais, orçamentação e financiamento. Cada ciclo inclui: análise de mercado e definição de hipóteses; decisão; submissão na plataforma de simulação; leitura de relatórios; briefings de revisão e replaneamento. O desempenho é monitorizado através do Balanced Scorecard, com metas e indicadores definidos pelo simulador.

As sessões P/TP incluem breves inputs sobre metodologias de decisão, BSC, leitura de dados e comunicação, seguidos de trabalho orientado. Realizam-se seminários por profissionais convidados/parceiros e painéis de docentes especialistas para a avaliação das apresentações finais.

Produções e feedback: relatórios de progresso curtos, relatório final e apresentação com Q&A. Há tutorias de apoio à análise e à escrita/apresentação. As competências trabalhadas incluem integração de conhecimentos do curso, trabalho sob pressão e em incerteza, ética e responsabilidade, uso de TIC e comunicação em contexto internacional.

7.2. *Teaching and learning methodologies specific to the curricular unit articulated with the pedagogical model*

The course runs as a business lab grounded in learning by doing and problem/project-based learning. Students work in teams, assume rotating roles (e.g., general management, marketing, operations, finance) and make periodic decisions on positioning, capacity, pricing, channels, budgeting and financing. Each decision cycle comprises: market analysis and hypothesis setting; decision making; submission to the simulation platform; analysis of system reports; review meeting and replanning. Performance is tracked with a Balanced Scorecard with targets and indicators set by the simulator.

Face-to-face sessions blend short inputs on decision methodologies, BSC, data literacy and communication with guided team work. The course also includes guest talks by partner companies/professionals and panels of specialist faculty to assess the final presentations.

Deliverables and feedback: short progress memos, a final business report, and an oral presentation with Q&A. Tutorials support analysis and written/oral communication. The course develops integration of prior knowledge, teamwork under time pressure and uncertainty, professional ethics and responsibility, ICT usage and communication in international management contexts.

8. Avaliação

8.1 Avaliação

Avaliação:

30%: Componente de capacidade individual demonstrada

1. Avaliação dos relatórios semanais de quarter - 10%
2. Avaliação do business report final 10%
3. Teste - 10%

70%: Componente de resultados empresariais atingidos medidos através do balanced scorecard.

8.2 Evaluation

Assessment:

30%: Demonstrated individual performance

1. Evaluation of weekly reports - 10%
2. Evaluation of final business report - 10%
3. Test - 10%

70%: Business performance based on the balanced scorecard result.

9. Demonstração da coerência das metodologias

9.1. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da Unidade Curricular

Tendo em conta os objetivos da unidade curricular, as metodologias de ensino, ou seja, *learning by doing* e aprendizagem baseada em problemas e projetos, permitirão ao/à estudante ter contacto, na sala de aula como laboratório, com as ferramentas pedagógicas e empresariais necessárias para adquirir competências práticas relacionadas com os conceitos fundamentais de negócios internacionais.

9.2. *Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes*

Considering the objectives of the course, the teaching methodologies, i.e., learning by doing and problem and project based learning, will allow the student to have contact, in the classroom as a laboratory, with the necessary pedagogical and business tools in order to obtain the practical skills regarding the fundamental concepts of international business.

10. Bibliografia de consulta/existência obrigatória

- Simulation Textbook and Help File (Extended International Corporate Management).
- Achrol RS, Kotler P (2012) Frontiers of the marketing paradigm in the third millennium. *J Acad Mark Sci* 40(1):35-52
- Aguinis, H. (2013). Performance management (3rd ed.). Upper Saddle River: Pearson Education, Inc.
- Clark, D. (2014, June 19). How to succeed in a cross-cultural workplace. *Forbes*.
- De Propriis, L. (2018). Disruptive Industry 4.0, MAKERS report. Report to the EU Commission.
- Fanha Martins, H.; (2024). Mastering The Game: A Reference Handbook on Business Simulations . KDP, Business Management Series, NY.
- Fanha Martins, H; Chede Freitas, P. (2019). Fundamental Concepts in International Corporate Management, Contributions to Business Simulation Practice. KDP, Business Management Series, NY.
- Hernández, V., & Pedersen, T. (2017). Global value chain configuration: A review and research agenda. *Business Research Quarterly*, 61, 1-14.
- Kotler, Philip; Armstrong, Gary (2016) Principles of Marketing (16th Edition), Pearson, Boston.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Mootee, I. (2013). Design thinking for strategic innovation. Hoboken, NJ: Wiley.
- Niven PR (2002) Balanced scorecard step-by-step: maximizing performance and maintaining results. Wiley, New York
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation. Hoboken, NJ: Wiley. Ott, T. E., Eisenhardt, K. M., & Bingham, C. B. (2017). Strategy formation in entrepreneurial settings: Past insights and future directions. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(3), 306-325.
- Porter, M. E. (1979). How competitive forces shape strategy. *Harvard Business Review*, 57(2), 137-145. Reuber, R. (2016). Multilingualism and the internationalization of firms in digital markets. 43rd AIB-UKI, Department of Management Birkbeck, University of London, London.
- Rodrigues, Jorge (2019). Princípios de Gestão de Marketing, 1ª ed., Lisboa: Escolar Editora.
- Sotomayor, A. M.; Rodrigues, J.; e Duarte, M. (2014). Princípios de Gestão das Organizações. 2ª ed., Lisboa: Rei dos Livros.

11. Observações

11.1. Observações

n.a.

11.2. *Observations*

n.a.