

# **GUIA DE CURSO**

## **COMÉRCIO EXTERIOR**



**LAUREATE**  
INTERNATIONAL  
UNIVERSITIES®

**IBMR**

**Centro**  
**Universitário IBMR**

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES®

## **BREVE HISTÓRICO DO CENTRO UNIVERSITÁRIO IBMR**

Com mais de 40 anos de existência o Centro Universitário IBMR preocupa-se com ensino de qualidade, fazendo parte da trajetória educacional no Rio de Janeiro. Começou no final dos anos 60, seu fundador Prof. Hermínio da Silveira e sua equipe, oferecendo cursos preparatórios para concursos na área de massagistas e técnicos de fisioterapia em curto prazo. Com um tempo, desenvolveu um estabelecimento de ensino supletivo de 1<sup>o</sup> e 2<sup>o</sup> graus, conhecidos atualmente como ensino fundamental e ensino médio. Conseqüentemente, criou o pré-vestibular, e assim, com credibilidade impulsionou a criação do IBMR. Foi oficialmente organizado em 18 de junho de 1974.

Deste modo, em 1979, o IBMR criou o Centro de Estudos Técnico-Profissionalizantes do Rio de Janeiro – CETEP, autorizado pelo Conselho Estadual de Educação e passou a ministrar diversos cursos na área da saúde, tais como: Técnico e Auxiliar de Enfermagem, Nutrição e Dietética, Acupuntura, Patologia Clínica e Massoterapia.

Em 12 de dezembro de 1983, foi aprovada a alteração do nome de Centro de Reabilitação do Rio de Janeiro para Faculdade de Ciências da Saúde e Sociais (FACIS). O IBMR foi credenciado pelo Conselho Nacional de Educação, em 06 de abril de 2005, Parecer 111/2005 e pela Portaria MEC 2118/05 de 04 de junho de 2005, por transformação FACIS - Faculdade de Ciências da Saúde e Sociais. É importante salientar que, o Centro Universitário IBMR foi a primeira IES que criou os cursos de Especialização em Psicomotricidade, Dependência Química e Neurofisiologia. A Portaria MEC 2118/05 transformou a FACIS em Centro Universitário Hermínio da Silveira. Foi credenciado pelo parecer do CNE, pelo Parecer 111/2005 e pela Portaria MEC 2118/05, de 04/06/2005.

Ressaltar que o Centro Universitário IBMR é uma instituição pluricurricular, que atua nas áreas de Arquitetura, Comunicação, Design, Hospitalidade, Negócios e Saúde, credenciada pela Portaria nº 2.118 de 16 de junho de 2005 e reconhecida pela Portaria nº 1.380 de 23 de novembro de 2012. Desta forma, a IES, caracteriza-se por ser uma instituição que preza a qualidade de ensino, tendo como seus principais diferenciais a excelência do corpo docente e do bom desempenho dos estudantes.

O Centro Universitário IBMR iniciou um processo de reestruturação e transformação, em 2010 foi adquirido pelo grupo americano Laureate Internacional Universities, sediada em Baltimore, Maryland, USA, sendo assim, a primeira instituição de ensino superior do grupo no Rio de Janeiro. Oferecendo aos seus estudantes a oportunidade de Intercâmbios, Programas de Férias, Feiras Internacionais, ter a possibilidade e estudar em cursos com currículo desenvolvido e supervisionado pelas melhores universidades do mundo. Sendo considerada a maior rede de instituições de ensino superior privado do mundo, localizada em mais de 29 países, com mais de 70 instituições de ensino superior, atendendo mais de 1 milhão de estudantes.

Atualmente a Rede Laureate, no Brasil, está em oito estados brasileiros, em 12 cidades diferentes, atendendo mais de 250 mil estudantes, com 500 cursos de graduação e 530 cursos de pós-graduação, 20 mestrados, e sete doutorados. Em 2011, houve uma expansão dos seus campi e a oferta de cursos de graduação, estabeleceu novas escolas de Negócios, Engenharia, Hotelaria e Gastronomia.

O Centro Universitário IBMR tem como base fundamental a filosofia da Rede Laureate, *Here for Good*, que quer dizer “Aqui para o bem e aqui para sempre”, ou seja, quando os seus alunos prosperam a sociedade se beneficia.

## **CENTRO UNIVERSITÁRIO IBMR**

Tem como **missão**: “Atuar com práticas inovadoras e de excelência no ensino, na extensão e nos processos de gestão de maneira a difundir o conhecimento, socializar boas práticas e formar profissionais que promovam o desenvolvimento da sociedade. ”

“Ser uma Instituição de Educação reconhecida pela sua excelência acadêmica e pelos processos de gestão, com uma atuação que contribua para o desenvolvimento da sua comunidade acadêmica e da sociedade”, constitui sua **visão**.

Pauta sua conduta os seguintes **valores**: responsabilidade corporativa, compromisso social, transparência e ética.

## **SOBRE O CURSO**

O Curso Superior de Tecnologia em Comércio Exterior foi concebido, tendo como foco principal a formação profissional, levando em conta as competências e habilidades recomendadas no Catálogo Nacional de Cursos Superiores em Tecnologia.

Desta forma a vocação do curso de tecnologia em Comércio Exterior é voltada aos fundamentos e técnicas de gestão, que cada vez mais são gerais e universais, e aos aspectos relacionados diretamente à sua atuação profissional. Há, portanto um caráter geral e, ao mesmo tempo, um foco específico, pois os profissionais deverão ter uma especialização em sua área de atuação.

## **OBJETIVO GERAL DO CURSO**

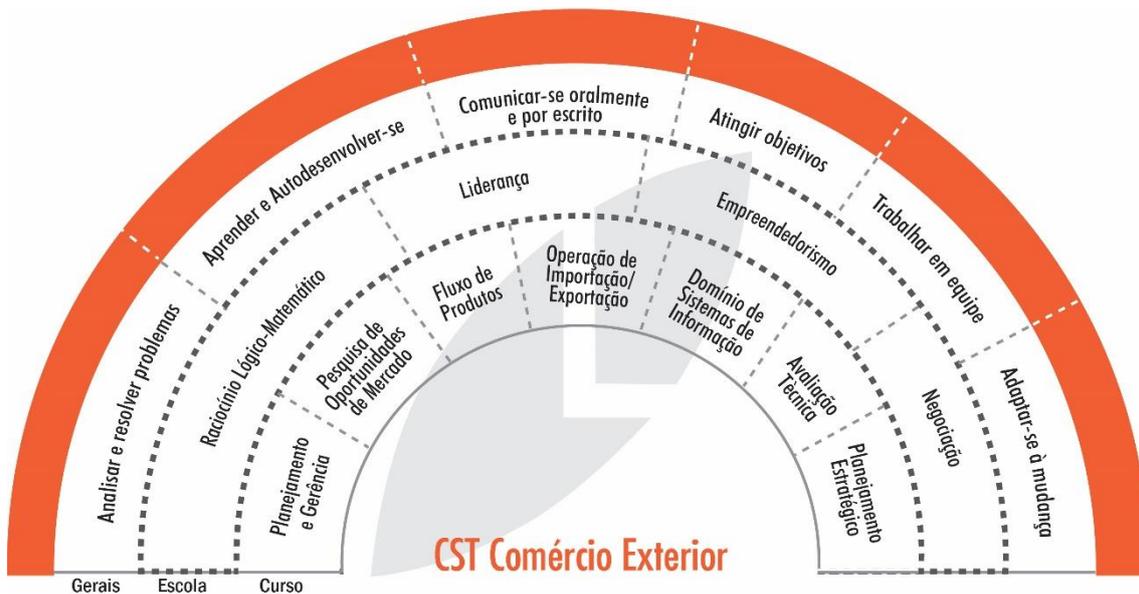
Os Objetivos do curso alinham-se a missão da instituição na medida em que fomenta a formação cidadã e responsável, com o objetivo de disponibilizar à sociedade, gestores preparados, conscientes, com competências essenciais desenvolvidas em relação ao desenvolvimento humano e econômico, com respeito a diversidade, ética e aos valores individuais e organizacionais.

Os objetivos Específicos do Curso Superior de Tecnologia em Comércio Exterior são:

- Capacitar o egresso para um mercado de trabalho competitivo e dinâmico, formando profissionais aptos a tomar decisões, realizar planejamentos e buscar resultados em sua área de atuação.
- Desenvolver profissionais com atitudes coerentes com sua realidade empresarial seja local, regional ou internacional. Que em função destas atitudes possam alcançar os resultados almejados pelas organizações.
- Capacitar o egresso para a integração dos diversos conhecimentos, na abordagem das soluções dos problemas gerenciais.

Formar profissionais capazes de aliar à visão acadêmica e a realização prática, envolvendo soluções viáveis em sustentáveis.

## COMPETÊNCIAS DA ÁREA DE CONHECIMENTO E DO CURSO



O CST em Comércio Exterior mantém coerência com as diretrizes curriculares no que se refere ao desenvolvimento de competências e habilidades para atuação social e profissional em um mundo exigente de produtividade e de qualidade de produtos e serviços, tendo um caráter voltado aos conteúdos de formação e não mais em uma visão de disciplinas isoladas. Também é importante destacar que não se trata de um aprendizado reprodutivo e sim buscar um aprendizado produtivo, no sentido de ilações entre a teoria e a prática.

4

Para cumprir essa condição, todas as disciplinas são dotadas de carga horária semanal suficiente para a condução de atividades teóricas e práticas em igual proporção.

A prática se efetiva nas seguintes condições:

- Em sala de aula, por intermédio de atividades elaboradas para tal;
- Pela implementação de uma filosofia de estudos de casos em todas as disciplinas;
- Pela utilização de laboratórios específicos e genéricos de acordo com as demandas pedagógicas e didáticas das disciplinas;
- Pelo estímulo às visitas técnicas;
- Pela participação do alunado em projetos e programas interdisciplinares do curso e do departamento;

- Pelo desenvolvimento de projetos de iniciação científica;
- Pela elaboração e apresentação do Projeto Integrado, a cada semestre, levando em conta a interdisciplinaridade, multidisciplinaridade e transdisciplinaridade;
- Pela participação nas Oficinas de Metodologia e Apresentação de Trabalhos Acadêmicos;
- Pela carga horária de cada disciplina e forma que a mesma está distribuída, possibilidade de em uma mesma aula haver a teoria e a prática;
- Pela possibilidade de trabalho em equipe.

### **PÚBLICO ALVO**

O Curso Superior em Comércio Exterior visa à formação de cidadãos capazes de se envolver nos processos de mudanças sociais, orientados por uma consistente formação humanística, socialmente responsável, solidária e ética; e profissionais com conhecimentos e habilidades para atuar em equipes multidisciplinares e competências de gerenciamento de políticas inovadoras.

Para tanto o Curso Superior de Tecnologia em Comércio Exterior objetiva a formação de profissionais com as competências para desenvolver e gerenciar sistemas logísticos de gestão de materiais de qualquer natureza, incluindo redes de distribuição e unidades Comércio Exterior, estabelecendo processo de compras, identificando fornecedores, negociando e estabelecendo padrões de recebimento, armazenamento, movimentação e embalagem de materiais, podendo ainda controlar recursos financeiros e ocupar-se do inventário de estoque, sistemas de abastecimento, programação e monitoramento de fluxo de pedidos.

O profissional formado tem condições de reconhecer e definir problemas no processo de Comércio Exterior, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo e atuar preventivamente com relação ao mercado fornecedor ou consumidor.

O egresso tem competência para desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais ou empresariais. Desta forma

o profissional cria relacionamentos com fornecedores, aproveitando oportunidades e analisando riscos.

O profissional formado tem condições de refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção e de prestação de serviços, compreendendo sua posição e função na estrutura sob seu controle e gerenciamento, levando em conta os aspectos da legislação que regulam as atividades Comércio Exterior, contrato comerciais, normas de higiene e segurança, questões tributárias e fiscais.

O profissional formado tem a capacidade técnica e sensibilidade para analisar, aperfeiçoar, propor e implementar modelos de gestão, de forma criativa, responsável e sustentável de acordo com as necessidades da Organização. Planejando e coordenando a movimentação física e de informações sobre as operações multimodais de transporte, proporcionando um fluxo otimizado e de qualidade para peças, matérias-primas e produtos.

O egresso deverá desenvolver capacidades e habilidades para leitura, análise e compreensão de textos e documentos; interpretação de fatos, fenômenos e aplicação de soluções no âmbito individual e social; e a utilização do raciocínio lógico, de argumentação, de persuasão e de reflexão crítica; utilizando corretamente a linguagem (escrita e oral), com fluência verbal e riqueza de vocabulário.

Na medida em que o curso está engajado aos princípios da educação superior, entendendo que a mesma se dá na articulação entre o ensino, pesquisa e extensão, o profissional formado em tecnologia em Comércio Exterior é estimulado e está preparado para a continuidade de seus estudos, sendo incentivado a continuar seus estudos cursando pós-graduação.

## **DISCIPLINAS E EMENTÁRIO**

### **• ATIVIDADES COMPLEMENTARES**

Atividades práticas e/ou teóricas, relacionadas ao contexto do curso que contribuem na formação profissional mais ampla do aluno, envolvendo alternativa ou simultaneamente, produção, pesquisa, intercâmbio, visitas técnicas, participação em eventos e outras consideradas próprias ao curso.

## • **COMUNICAÇÃO**

Estuda o processo comunicativo em diferentes contextos sociais. Discute o uso de elementos linguísticos adequados às peculiaridades de cada tipo de texto e situação comunicativa. Identifica e reflete sobre as estratégias linguístico-textuais em gêneros diversificados da oralidade e da escrita.

## • **DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS**

Estuda temas relevantes da contemporaneidade como o processo de construção da cidadania e suas respectivas interfaces com os direitos humanos, ética e diversidade. Analisa as interferências antrópicas no meio ambiente e discute o desenvolvimento sustentável e o impacto das inovações tecnológicas. Aborda ainda tendências e diretrizes sociopolíticas, e questões de responsabilidade social e justiça.

## • **DIREITO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL**

Apresenta o direito do comércio internacional, com ênfase nos contratos internacionais, nos tributos e no direito aduaneiro; aborda os organismos internacionais, a OMC e o sistema internacional de solução de controvérsias, bem como as zonas de livre comércio.

7

---

## • **DIREITO EMPRESARIAL**

Versa sobre os reflexos jurídicos das relações negociais, os aspectos relativos à personalidade e à capacidade civil, às sociedades empresariais, suas espécies e formas de constituição, com foco nas implicações trabalhistas e tributárias e na responsabilidade dos sócios e gestores.

## • **EMPREENDEDORISMO**

Apresenta a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento, bem como os seus conceitos de e evolução histórica. Descreve o empreendedorismo como competência sócio emocional e as características do Comportamento Empreendedor como criatividade, empreendedorismo e inovação. Demonstra a ação empreendedora nos âmbitos corporativo, social e na criação de Novos Negócios.

## • **FINANÇAS INTERNACIONAIS**

Aborda os mercados financeiros internacionais, realizando a identificação das suas instituições e as inter-relações com a macroeconomia. Explora também as discussões a respeito dos fluxos de recursos financeiros entre as economias e como isso integra a ordem econômica mundial e não pode ser dissociada das políticas dos Estados e das decisões das firmas.

#### • FUNDAMENTOS DA ADMINISTRAÇÃO

Examina o processo de gestão das organizações, apresentando as áreas funcionais da administração, os níveis de uma estrutura organizacional e a relação dos ambientes interno e externo, enfatizando as competências necessárias para o gestor exercer o seu papel.

#### • FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

Enfoca os fundamentos da teoria econômica, envolvendo a micro e a macroeconomia. Discute os principais problemas econômicos que afetam a sociedade e as organizações, além de tratar das intervenções governamentais que levam ao crescimento e desenvolvimento econômico.

#### • FUNDAMENTOS DE MARKETING

Discute o processo de planejamento, implantação e gestão de marketing, abordando o conceito e o papel do marketing nas organizações, as questões referentes à segmentação, o posicionamento e a colocação no mercado, além de descrever o composto do marketing. Enfatiza ainda a manutenção e o crescimento em mercados correntes e a abertura de novos mercados.

#### • FUNDAMENTOS DO COMÉRCIO INTERNACIONAL

Aborda os aspectos que influenciam e caracterizam a evolução do comércio internacional brasileiro e os termos internacionais de comércio exterior. Descreve a estrutura do comércio exterior brasileiro, identificando os órgãos intervenientes.

#### • LEGISLAÇÃO ADUANEIRA E TRIBUTÁRIA

Discorre sobre os princípios fundamentais da legislação aduaneira, regimes aduaneiros, etapas, procedimentos e documentos do despacho aduaneiro de importação e exportação, tributos aplicáveis a bens e serviços, bem

como demais aspectos de controle aduaneiro e fiscal aplicados ao comércio exterior.

#### • **LOGÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL**

Trata dos aspectos logísticos de transporte, embalagem, armazenagem e movimentação; dos processos domésticos (nacionais) e internacionais, tendo como norteadores os princípios da logística integrada, da eficiência logística e da sustentabilidade nas operações.

#### • **MARKETING GLOBAL**

Aborda a vantagem competitiva no âmbito do mercado internacional, discutindo conceitos relacionados ao comércio exterior brasileiro e internacional, marketing internacional e global, contexto histórico e relacionando-a com os diferentes segmentos de mercado. Trata também do Marketing Mix Internacional e das diferentes estratégias de entrada e operação em mercados internacionais.

#### • **MÉTODOS DE PREÇO, CUSTOS E CUSTEIO**

Compreende os diferentes sistemas de custeio e os fatores que afetam os custos empresariais, explorando a capacidade de avaliação e expressão de opinião sobre o sistema de custo mais adequado à matriz operacional e à estratégia de uma organização. Avalia aspectos de mercado, estratégicos, tributários, qualitativos e quantitativos para a formação de preço.

9

#### • **NEGOCIAÇÃO INTERNACIONAL E RELAÇÕES MULTICULTURAIS**

Abrange os aspectos de internacionalização de empresas, competitividade no mercado internacional, inteligência comercial internacional, barreiras internacionais de comércio e ética nas negociações a partir do paradigma de mercado global e das relações multiculturais, bem como as particularidades vinculadas a cultura que afetam as relações de mercado.

##### ➤ **OPTATIVA**

#### • **POLÍTICAS DE COMÉRCIO INTERNACIONAL**

Discute o processo de formulação das políticas de comércio exterior, identificando e discutindo a política comercial brasileira, observados os condicionantes impostos por acordos internacionais e os impactos no desenvolvimento econômico do país. Analisa os instrumentos disponíveis para

formulação de políticas comerciais e a participação dos agentes públicos e privados.

• **PROJETO INTEGRADOR: DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL**

Dedica-se ao entendimento do ambiente organizacional, realizando diagnóstico estratégico que contempla missão, visão e valores organizacionais. Aborda a análise SWOT (ambiente interno e externo) e a estrutura organizacional para desenvolvimento de visão sistêmica de relações entre funções organizacionais.

• **PROJETO INTEGRADOR: GESTÃO DE PROJETOS**

Aborda a implementação de projetos por meio de modelagem e gestão de projetos. Estuda métodos e técnicas como PMI, PMBOK, mapeamento e acompanhamento dos riscos de projetos, definição do perfil do gerente de projetos, análise de informações dos projetos e desenvolvimento de relatório de implementação de projetos. Discute ainda a gestão da mudança organizacional.

• **PROJETO INTEGRADOR: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

Trata da conscientização sobre a construção de estratégias empresariais diferenciadas, o entendimento das políticas empresariais, a avaliação estratégica com ferramentas de Balanced Scorecard e definição de indicadores estratégicos e a consolidação do planejamento estratégico como ferramenta de gestão.

10

---

• **PROJETO INTEGRADOR: TEMAS TRANSVERSAIS**

Aborda a atuação do profissional responsável e comprometido com as temáticas sociais. Discute temas de inclusão social, relações étnico-raciais, diversidade cultural (cultura afro-brasileira e indígena), sexual e religiosa; direitos humanos; e responsabilidade social corporativa.

• **SISTEMÁTICA DE IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO**

Compreende os fundamentos logísticos, aduaneiros e de negócios relacionados às operações de comércio exterior, instrumentalizando os estudantes sobre os procedimentos gerais, documentos, bem como termos e orientações internacionais de comércio.

## **FREQUÊNCIA**

A avaliação do desempenho escolar, além do aproveitamento, abrange aspectos de frequência. A Instituição adota como critério para aprovação a frequência mínima de 75% da carga horária total da disciplina. O estudante que ultrapassar esse limite está automaticamente reprovado na disciplina. Nas disciplinas e cursos a distância a frequência é apurada a partir da completude das atividades propostas no ambiente de aprendizagem e seguem o mesmo critério para aprovação.

## **CENTRO UNIVERSITÁRIO IBMR**

Você, estudante, é parte integrante da comunidade acadêmica do Centro Universitário IBMR e pode desfrutar de toda a infraestrutura que a Universidade oferece.

São três campi com instalações modernas, laboratórios de última geração, bibliotecas com acervo abundante, além de outros diferenciais.

- Campus Barra - Av. das Américas, 2603. 22631-002 - Rio de Janeiro/RJ.
- Campus Botafogo - Praia de Botafogo, 158. 22250-040 - Rio de Janeiro/RJ.
- Campus Catete - Rua Corrêa Dutra, 126. 22210-050 - Rio de Janeiro/RJ.