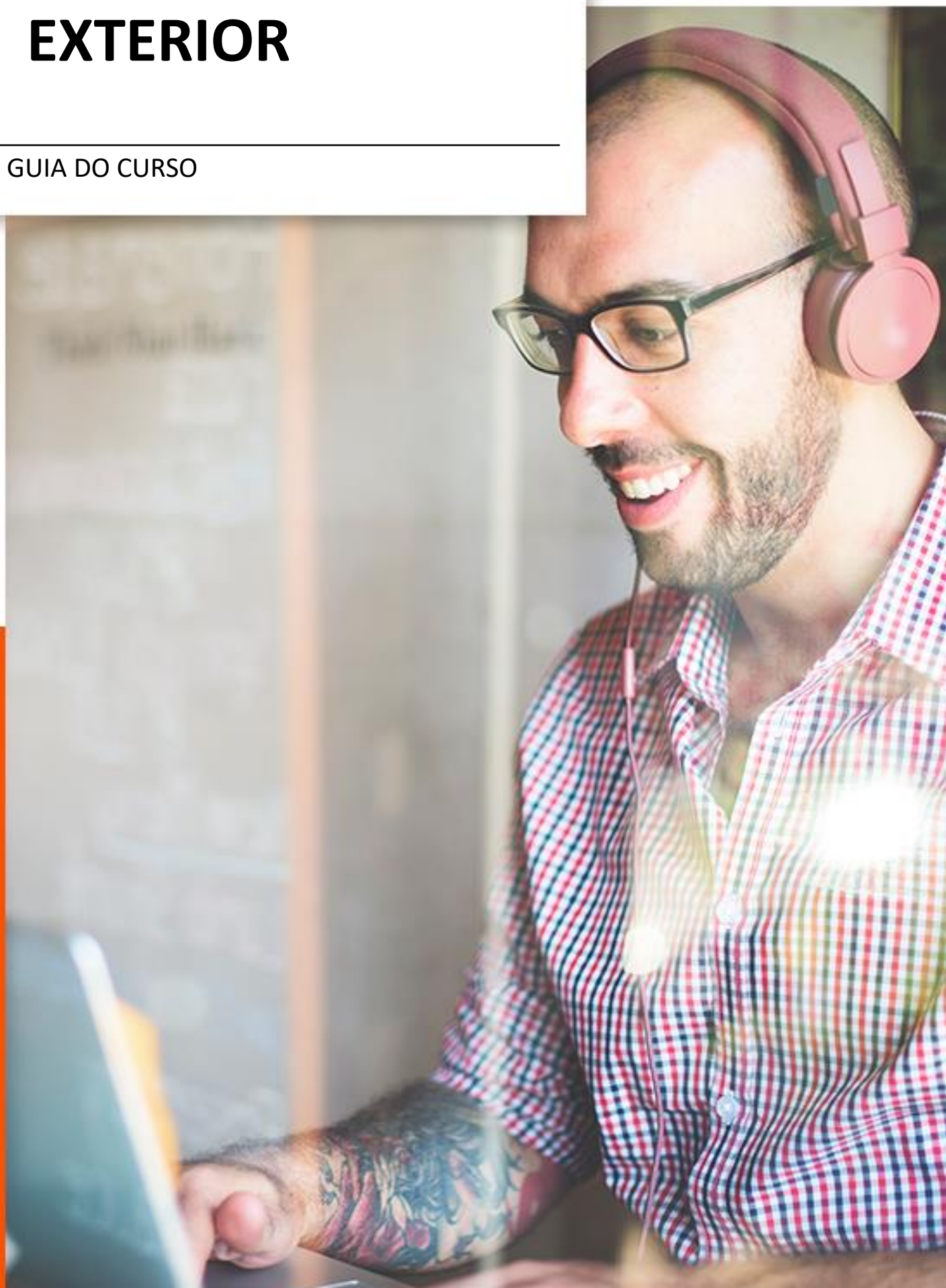


# COMÉRCIO EXTERIOR

---

GUIA DO CURSO



## O EAD.BR

O EAD.br é composto pelas Universidades brasileiras que integram a Rede Laureate de Universidades brasileiras que integram a Rede Laureate de Universidades Internacionais – Laureate International Universities. Atualmente, a Rede Laureate está presente em 25 países da América do Norte, América Latina, Europa, África do Norte, Ásia/Pacífico e Oriente Médio. No Brasil, atua em oito estados brasileiros, em 12 cidades diferentes, sendo a maior operação da rede no mundo. Em 2015/2, a Laureate implantou o programa unificado de Educação a Distância das Instituições Laureate no Brasil, o EAD.br, incluindo a Universidade Anhembí Morumbi (UAM), Universidade Salvador (UNIFACS), Universidade Potiguar (UnP) e o Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU). Em 2018, foi incluído nesta operação o Centro Universitário FADERGS. A integração dessas instituições possibilitou identificar as melhores práticas dessas Instituições de Ensino Superior (IES), as quais são referências hoje para as demais entidades da rede Laureate no Brasil e no mundo, pela inovação tecnológica em seus recursos didáticos e formação do seu corpo social (docentes).

A proposta pedagógica e tecnológica do EAD.br sempre esteve vinculada às perspectivas de novas interações e mídias que se apresentam no mundo contemporâneo. Ela também propõe, a partir da metodologia ativa, um olhar diferenciado sobre o saber: não deve ser estanque e manter-se isolado, mas, pelo contrário, deve ser compartilhado e construído coletivamente, de modo que os envolvidos no processo de ensino-aprendizagem – estudantes e professores – sintam-se participantes ativos na construção do conhecimento.

O seguinte Manifesto expressa a razão de existir do EAD.br: “É a iniciativa da Laureate para transformar a qualidade do EAD no Brasil, por meio de programas online conectados com a realidade dos estudantes nas melhores instituições de ensino”. Agrega-se a isso, a visão de sermos “reconhecidos como a melhor opção de EAD para os estudantes, investidores, colaboradores e parceiros, oferecendo profissionais competitivos ao mercado de trabalho”. Seus valores estão pautados na ética, na inovação, no foco ao estudante, no desafio e na excelência.

**SOBRE O CURSO****NOMENCLATURA DO CURSO**

Comércio Exterior

**TITULAÇÃO CONFERIDA**

Tecnólogo

**REGIME ESCOLAR**

Seriado Semestral

**MODALIDADE DE CURSO**

Educação a Distância

**CARGA HORÁRIA**

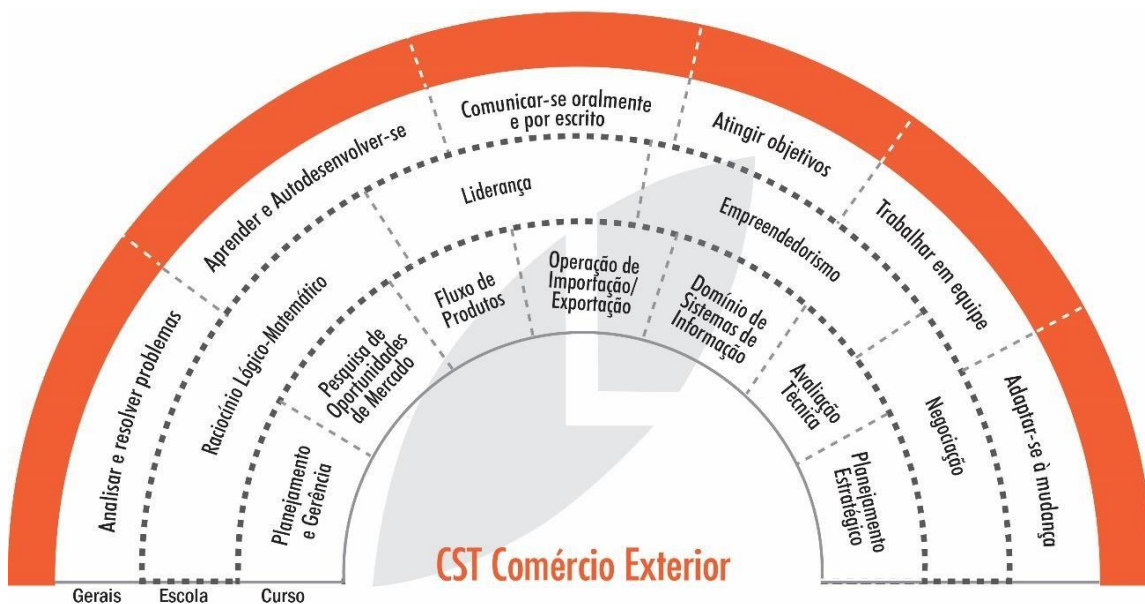
1750 horas

**OBJETIVOS DO CURSO**

- Desenvolver competências para atuação na área de Comércio Exterior, de maneira competitiva e dinâmica, visando à tomada de decisões, realizando, planejamento e buscando resultados almejados;
- Formar profissionais críticos, com capacidade de leitura dos diferentes contextos da área de gestão do Comércio Exterior no mundo contemporâneo, com atitudes empreendedoras, de análise e gestão;
- Desenvolver conhecimentos, habilidades e atitudes para criação e desenvolvimento de estratégias de mercado, sempre em consonância com a interpretação das necessidades e desejos dos clientes e mercado-alvo;
- Formar profissionais com uma visão estratégica e operacional relacionada ao desembaraço aduaneiro, fluxos de embarque e desembarque de produtos e documentação, selecionando o modal de transporte adequado à otimização de recursos e redução de custos, integrando operações;

- Formar profissionais com conhecimento sobre a Legislação Aduaneira e sua aplicabilidade nos processos de importação e/ou exportação, planejando ações, negociação, execução e operações tributárias e cambiais, inerentes aos processos gerenciais e operacionais de Comércio Exterior;
- Preparar profissionais com competência de uma visão gerencial sobre os sistemas de informação gerenciais

## COMPETÊNCIAS DA ÁREA DE CONHECIMENTO E DO CURSO



## PÚBLICO ALVO

O curso se destina a pessoas interessadas a desenvolver, ampliar ou formalizar competências e habilidades na área do curso. O mercado tem se comportado de maneira positiva na absorção de egressos do curso, que podem ocupar posições de trabalho nos setores público e privado, nas áreas de Comércio Exterior, tanto em nível estratégico (estudando o mercado internacional para elaborar ações estratégicas de venda de produtos e imagem organizacional) quanto em nível operacional (nos processos logísticos internacionais).

Ao fim da formação, o estudante deverá ter desenvolvido as seguintes competências/habilidades:

- Compreender a lógica do comércio internacional brasileiro, sua relação direta sobre o impacto econômico, político, social e ambiental
- Reconhecer os desafios que envolvem o desenvolvimento organizacional diante da modernidade globalizada.
- Ter condições de reconhecer e definir problemas nos processos, equacionando soluções, pensando estrategicamente, introduzindo modificações e atuando preventivamente com relação ao mercado fornecedor ou consumidor.
- Planejar a distribuição física nos entrepostos internacionais, analisando as melhores alternativas de modais de transporte, gerenciando toda a operação (embarque e desembarque), com foco na vantagem competitiva da organização.
- Negociar com toda cadeia de prestação de serviços, tomando decisões adequadas para o alcance dos melhores resultados.
- Refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção e de prestação de serviços, levando em conta os aspectos da legislação que regula as atividades da área, contratos comerciais, questões tributárias e fiscais no contexto de uma sociedade plural, respeitando as questões étnicas, de raça, de gênero e culturais, com responsabilidade socioambiental.
- Expressar-se e comunicar-se de maneira compatível com o exercício profissional, nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais, intergrupais ou empresariais.

## **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.

## 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 PREÇOS, 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.

## 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.

#### **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.

### **SISTEMA DE AVALIAÇÃO E DE FREQUÊNCIA**

A avaliação do desempenho escolar é realizada no decorrer da disciplina, com entrega de atividades online e a realização de uma prova presencial, obrigatória, realizada no polo de apoio presencial em que o estudante está devidamente matriculado. A avaliação abrange também aspectos de frequência. O EAD.br adota como critério para aprovação a frequência mínima de 75% da carga horária total da disciplina. O estudante que não atingir o percentual está automaticamente reprovado na disciplina. A frequência é apurada a partir da completude das atividades propostas no Ambiente Virtual de Aprendizagem.

### **INFRAESTRUTURA**

Dentre os espaços mínimos apresentados nas sedes das Instituições e nos polos integrantes do EAD.br encontram-se:

- Instalações administrativas para atendimento aos candidatos e estudantes;
- Sala(s) de aula para atender às necessidades didático-pedagógicas dos cursos ou encontros de integração;
- Instalações Sanitárias;
- Área de Convivência;

- Recursos de Informática para o desenvolvimento de atividades diversas, com acesso à internet;
- Área para Estudo: a consulta às bibliografias básica e complementar são garantidas na sua totalidade em bases de acesso virtuais disponíveis no Ambiente Virtual de Aprendizagem, e as IES e os polos contam com espaços de estudos;
- Laboratórios didáticos especializados: de acordo com o(s) curso(s) ofertado(s), deverão constar laboratórios didáticos específicos (ex.: Brinquedoteca) em consonância com a proposta pedagógica do curso.