



**Universidade
Anhembi Morumbi**
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Escola de Ciências Humanas e Sociais

Guia Rápido do Curso de Tecnologia em Comércio Exterior On-line

Curso de Educação a Distância

Universidade Anhembi Morumbi

Fundada em 1970 com o intuito de oferecer o primeiro curso superior de Turismo do Brasil, a Universidade Anhembi Morumbi ampliou sua oferta de cursos em diferentes áreas durante a década de 80. Credenciada como universidade na década de 90, inaugurou seu segundo câmpus, localizado na região da Mooca, para oferta concentrada de cursos na área da Saúde. Nas duas primeiras décadas do novo milênio, a Universidade continuou sua trajetória de expansão com o lançamento de novos câmpus – Morumbi, Vale do Anhangabaú, Paulista 1 e Paulista 2 – e polos de educação a distância em diversas regiões.

Ao longo de sua história, a Anhembi Morumbi tornou-se reconhecida pela oferta de cursos inéditos como: Gastronomia, Aviação Civil, Design Digital, Quiropraxia, Moda, Estética, entre outros.

Em 2005, torna-se uma universidade internacionalizada ao integrar a Rede Internacional de Universidades Laureate, dinamizando ainda mais o binômio “criatividade e inovação” que sempre esteve presente na Anhembi Morumbi. Com a internacionalização, passou a oferecer aos estudantes a oportunidade de formação e atuação mundial por meio de programas exclusivos de intercâmbio para complemento de suas matrizes curriculares, dupla diplomação, estágio internacional, entre outros.

Situada em São Paulo, a Anhembi Morumbi conta, atualmente, com mais de 44 mil estudantes em cursos de graduação e pós-graduação lato sensu, nas modalidades presencial e a distância, além de pós-graduação stricto sensu, e cursos de extensão.

A Universidade tem como missão “Prover educação de alta qualidade, formando líderes e profissionais capazes de responder às demandas do mundo globalizado e contribuir para o progresso social e ambiental com espírito empreendedor e valores éticos”. Sua visão é: “Consolidar nossa posição de liderança no Ensino Superior em todas as áreas de conhecimento em que atuamos, formando o maior número de profissionais diferenciados, por meio da excelência acadêmica, inovação e internacionalidade”.

Nossos valores modelam nossas ações, potencializando ainda mais resultados sempre voltados à educação e a excelência acadêmica, assegurando a perenidade de nossa Instituição, que valoriza a Paixão, Respeito à Diversidade, Trabalho em Equipe, Inovação, Foco em Resultado, Responsabilidade Corporativa, Compromisso Social, Ética e Transparência.

Escola de Ciências Humanas e Sociais

A Escola de Ciências Humanas e Sociais – ECHS surge no segundo semestre de 2016, como fruto da reorganização acadêmica da Universidade, reunindo cursos que pertenciam às antigas Escolas de Negócios, Escola de Comunicação, Escola de Educação e alguns cursos da Escola de Artes, Arquitetura, Design e Moda. Atualmente a ECHS é composta por cinco áreas de atuação, assim segmentadas: Artes, Comunicação, Educação, Negócios, Turismo e Hospitalidade.

A Escola de Ciências Humanas e Sociais tem por objetivos:

- Priorizar a compreensão da realidade contemporânea;
- Desenvolver ambiente acadêmico que privilegie a pesquisa científica aplicada;
- Potencializar Atividades Complementares a fim de ampliar a gama de conhecimento dos estudantes;
- Utilizar e aprimorar a educação a distância utilizando-se de tecnologias de informação e comunicação;
- Utilizar avaliações contínuas – formativas e somativas – estimulando estudantes à proatividade em sua formação e desempenho;
- Estabelecer parcerias no âmbito da comunidade interna, da sociedade civil e do mercado que potencializem a capacidade de formação profissional e humana entre os estudantes;
- Promover a qualificação e a avaliação do pessoal técnico-administrativo e do corpo docente, estimulando-os à permanente qualificação e valorizando-os como centros do processo de ensino-aprendizagem;
- Fortalecer a integração entre estudantes, professores e funcionários.

A competência empreendedora e a atuação profissional do estudante, princípios fundamentais da Universidade, têm implicado agilidade na compreensão das tendências do mercado profissional e no planejamento e aplicação do projeto pedagógico das áreas compreendidas nas Ciências Humanas e Sociais. Nesse sentido os cursos que compõem a ECHS têm claros vínculos com mercado e comunidade. Seja por parcerias firmadas com empresas, seja pelo trabalho regular em atividades de extensão, no âmbito institucional ou no interior dos Projetos Pedagógicos de cada curso.

Sobre o curso

O Curso Superior de Tecnologia em Comércio Exterior à distância, da Universidade Anhembi Morumbi contempla em sua matriz curricular conteúdos que permitem conhecimentos aprofundados em operações de comércio exterior, nas suas vertentes administrativa, financeira, tributária e logística proporcionando um robusto suporte ao desenvolvimento dos negócios internacionais.

São diferenciais do Curso Superior de Tecnologia em Comércio Exterior da Universidade Anhembi Morumbi, além de disciplinas e programas que privilegiam a internacionalidade, e que visam capacitar o egresso para atuar num mercado globalizado, o foco em um modelo de aprendizagem de excelência, que desenvolve a autogestão, competências e habilidades – oral e escrita – e o empreendedorismo.

Objetivo Geral do curso

Desenvolver, difundir e transferir conhecimentos científicos, tecnológicos e éticos relacionados à área de comércio exterior, garantindo aos alunos a aquisição de competências que os tornem profissionais aptos a prospectar e pesquisar mercados exteriores, definir planos de ação, negociação e execução de operações tributárias e cambiais inerentes aos processos de exportação e importação.

Objetivos Específicos

- Desenvolver nos alunos habilidades específicas para encontrar soluções e atuar com eficácia em ambientes de negócios globalizados e diversificados;
- Refinar nos alunos a competência de gestão, possibilitando a compreensão e o inter-relacionamento das diversas funções gerenciais, preparando-os para enfrentar desafios em operações complexas de comércio exterior;
- Capacitar os alunos para lidar com o desembaraço aduaneiro, fluxos de embarque e desembarque de produtos e documentação, seleção de meios de transporte, responsabilidade social e corporativa, sustentabilidade e gestão de pessoas em ambientes de alta diversidade;
- Estimular uma visão empreendedora e criativa nos alunos, de forma a torná-los aptos a conceber projetos de criação de organizações, unidades de negócios, produtos e serviços.
- Preparar os alunos para desenvolver estratégias de internacionalização baseadas na importação e exportação e fundamentadas no uso de ferramentas de mensuração e análise de mercado.

Público-alvo

O curso se destina a pessoas interessadas a desenvolver, ampliar ou formalizar competências e habilidades na área de comércio exterior. A atual situação de crise impacta na necessidade de internacionalização da economia brasileira levando a que o mercado brasileiro se comporte de maneira positiva na absorção de egressos do curso de comércio exterior que podem ocupar posições de trabalho no setor público, apoiando projetos de internacionalização e no setor privado, na área operacional, de logística, financeira, em negociações com clientes e fornecedores estrangeiros ou como empreendedores.



Matriz Curricular

SEMESTRE	DISCIPLINA	CH
1º	COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL	80
	COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO	40
	COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL	80
	GESTÃO DE MARKETING	40
	MODELOS DE ADMINISTRAÇÃO	80
	RACIOCÍNIO LÓGICO	40
		400

SEMESTRE	DISCIPLINA	CH
2º	CONTABILIDADE E CUSTOS	80
	ECONOMIA	80
	EMPREENDEDORISMO	40
	GESTÃO DE PESSOAS	80
	MÉTODOS QUANTITATIVOS	80
	PROJETO INTERDISCIPLINAR I	40
		400

SEMESTRE	DISCIPLINA	CH
3º	ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS	80
	GESTÃO DA PRODUÇÃO E LOGÍSTICA	80
	GESTÃO FINANCEIRA	80
	INTRODUÇÃO ÀS POLÍTICAS DE COMÉRCIO EXTERIOR	40
	PROJETO INTERDISCIPLINAR II	80
	SISTEMÁTICA DE IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO	80
		440



SEMESTRE	DISCIPLINA	CH
4º	LEGISLAÇÃO ADUANEIRA E TRIBUTÁRIA	40
	LOGÍSTICA INTERNACIONAL	40
	NEGOCIAÇÃO	40
	OPTATIVA	40
	PRÁTICAS CAMBIAIS	40
	PROJETO INTERDISCIPLINAR III	40
	SOCIEDADE, DIREITO E CIDADANIA	40
	TÓPICOS ESPECIAIS EM COMÉRCIO EXTERIOR	40
	TRANSPORTE E DISTRIBUIÇÃO	80
	400	

SEMESTRE	DISCIPLINA	CH
AO LONGO DO CURSO	ATIVIDADES COMPLEMENTARES	120

CARGA HORÁRIA TOTAL	1760
----------------------------	-------------



Disciplinas

1º SEMESTRE

- **COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL – 80h**

Aborda o comportamento humano nas organizações, sob três perspectivas: do indivíduo, do grupo e do sistema organizacional. Abrange os conceitos de comportamento organizacional, motivação, grupos e equipes de trabalho, comunicação, liderança, poder e política, conflitos e negociação, cultura organizacional, mudança organizacional e resistência à mudança.

- **COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO – 40h**

Trata do processo da comunicação e funções da linguagem. Discute gêneros textuais e tipos textuais como ferramentas para produção de textos, além de fatores de textualidade. Aborda também variações linguísticas, hipertexto, e aspectos de leitura e produção de textos.

- **COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL – 80h**

Trata da oralidade e a prática de apresentação. Discute a teoria da comunicação humana, seus elementos, efetividade e eficácia, obstáculos e tipologia da comunicação. Aborda ainda a gestão da comunicação nas organizações; aspectos da comunicação interna, características da comunicação institucional e comunicação mercadológica.

- **GESTÃO DE MARKETING – 80h**

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

- **MODELOS DE ADMINISTRAÇÃO – 80h**

Apresenta e discute a evolução dos modelos de administração desde os tradicionais até os contemporâneos em uma perspectiva histórica, explorando os conceitos, fundamentos e visões de cada um. Explora as possibilidades de aplicação de cada um dos modelos nas práticas empresariais atuais, destacando sua adequação às características do negócio.

- **RACIOCÍNIO LÓGICO – 40h**

A disciplina trata de lógica e argumentação, dedução e indução, falácias, distintas concepções de lógica: fundamentos e relevância. Explora ainda silogismo aristotélico, lógica proposicional: sintaxe e semântica, lógica de predicados de primeira ordem, e técnicas de dedução.

2º SEMESTRE

- **CONTABILIDADE E CUSTOS – 80h**

Apresenta os conceitos e procedimentos fundamentais adotados pela Contabilidade, necessários à elaboração dos demonstrativos financeiros básicos (balanço patrimonial e demonstração do resultado), bem como discute as relações de custo-volume-lucro, alavancagem e formação de preços.

- **ECONOMIA – 80h**

A disciplina trata dos fundamentos da teoria econômica, envolvendo a micro e a macro economia. Discute os principais problemas econômicos que afetam a sociedade e as organizações. Trata das intervenções governamentais que levam ao crescimento e desenvolvimento econômico.

- **EMPREENDEDORISMO – 40h**

A disciplina trata do ambiente econômico e o empreendedorismo, bem como resgata a história do empreendedorismo. Caracteriza o perfil empreendedor e discute conceitos fundamentais do empreendedorismo. Discute criatividade e seleção de ideias, identificação e aproveitamento de oportunidades.



• **GESTÃO DE PESSOAS – 80h**

Discute os principais pressupostos teóricos que fundamentam as políticas e práticas da gestão de pessoas nas organizações e os impactos da sua operacionalização em diferentes instâncias organizacionais. São discutidos o planejamento e o processo de movimentação de pessoas, desenvolvimento humano e organizacional, carreira, desempenho e remuneração, entre outros.

• **MÉTODOS QUANTITATIVOS – 80h**

Resgata os conceitos básicos de matemática e estatística. Fornece ferramentas que permitem a extração de informações de um conjunto de dados em forma de medidas, tabelas e gráficos, bem como a simulação de fenômenos a partir de modelos quantitativos, além de conclusões sobre uma população a partir de dados amostrais.

• **PROJETO INTERDISCIPLINAR I – 40h**

Envolve a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos e competências desenvolvidas no decorrer do curso numa situação real de criação de uma empresa. É explorada a visão geral de um negócio, além de estimular o empreendedorismo e o trabalho em equipe.

3º SEMESTRE

• **ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS – 80h**

Estuda as etapas de elaboração e a implantação de um plano estratégico de marketing. Tem como ponto de partida o atendimento e satisfação das necessidades dos clientes, passando pela análise do mercado e dos concorrentes, a fim de determinar os produtos a serem ofertados e as estratégias de atuação. Fornece instrumentos para avaliar e analisar os resultados alcançados pelo marketing da empresa.

• **GESTÃO DA PRODUÇÃO E LOGÍSTICA – 80h**

Aborda a evolução da administração da produção, a localização e layout de planta e decisões de nível operacionais como: planejamento de produção, arranjo físico e fluxo de produtos, qualidade e gestão de cadeia global de fornecedores, operações de entrega, sistemas de transporte, armazenagem, manuseio e acondicionamento do produto.

• **GESTÃO FINANCEIRA – 80h**

Aborda os conceitos fundamentais de finanças e suas aplicações práticas, bem como os principais instrumentos de gestão e mensuração da saúde financeira das empresas, fornecendo insumos importantes para a tomada de decisões, projetos de investimento e fontes de financiamento.

• **INTRODUÇÃO ÀS POLÍTICAS DE COMÉRCIO EXTERIOR – 40h**

A disciplina analisa o processo de formulação de políticas de comércio exterior, observando motivações, perfis e impactos no desenvolvimento econômico dos países. Apresenta os principais instrumentos de política comercial disponíveis aos governos, destacadamente o Brasil. Aborda ainda o papel dos agentes públicos e privados na formulação de políticas e estratégias comerciais.

• **PROJETO INTERDISCIPLINAR II – 80h**

Envolve a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos e competências desenvolvidas no decorrer do curso para análise de viabilidade de um projeto de criação de uma empresa. Explora a visão gerencial de um negócio, além de estimular o empreendedorismo e o trabalho em equipe.

• **SISTEMÁTICA DA IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO – 80h**

Explora uma visão macroeconômica das exportações brasileiras, barreiras comerciais, órgãos intervenientes, documentos necessários, modalidades de venda, pagamento, formação do preço, despacho aduaneiro na exportação, aspectos práticos relacionados ao Siscomex. Percorre o mesmo trajeto para as importações brasileiras, incluindo custos e tributos de importação e classificação fiscal de mercadorias.



4º SEMESTRE

• LEGISLAÇÃO ADUANEIRA E TRIBUTÁRIA – 40h

Discute classificação fiscal de mercadorias, legislação aduaneira na importação e exportação: fato gerador, base de cálculo e tipos de alíquotas. Aborda ainda despacho aduaneiro, formas e documentos, além de regimes aduaneiros especiais e atípicos, além de aspectos tributários, incluindo sistema tributário nacional, obrigação tributária, crédito tributário e competência tributária.

• LOGÍSTICA INTERNACIONAL – 40h

Aborda tanto questões de distribuição como de transporte internacional. Explora as instituições que intervêm na logística internacional, tipos de modais, Incoterms 2000, unitização de carga, pallet, container, embalagem, armazéns, transbordo e empresas de serviços para logística, além de políticas governamentais de controle da navegação internacional.

• NEGOCIAÇÃO – 40h

Enfoca a negociação no contexto profissional envolvendo empregadores e empregados, pares organizacionais, clientes e empresas, entre outros. São abordados conceitos básicos de negociação, planejamento da negociação, questão ética, conflitos, estilos de negociação e negociações internacionais, envolvendo diferentes culturas. Enfoca ainda o processo de tomada de decisão: métodos e processos.

• PRÁTICAS CAMBIAIS – 40h

Explora o mercado cambial mundial, políticas cambiais e funcionamento do mercado de câmbio. Discute formação das taxas de câmbio, modalidades de pagamento, câmbio na importação e na exportação, financiamentos, contratação e liquidação de contratos de câmbio. Aborda ainda compra e venda de moeda estrangeira, câmbio fixo ou flutuante, atualidades e tendências do câmbio no Brasil e no mundo.

• PROJETO INTERDISCIPLINAR III – 40h

Envolve a aplicação prática dos conhecimentos específicos adquiridos e competências desenvolvidas por meio de um projeto de comércio exterior de uma empresa. Na condução deste trabalho é possível ao aluno aplicar as ferramentas que contribuem para um projeto de importação ou exportação eficiente.

• SOCIEDADE DIREITO E CIDADANIA – 40h

A disciplina discute sociedade e comunicação, indivíduo e alteridade, Estado, sociedade, direito e cidadania. Aborda os direitos fundamentais e debruça-se sobre tópicos de Direito do Consumidor, e de Direito Trabalhista.

• TÓPICOS ESPECIAIS DE COMÉRCIO EXTERIOR – 40h

A disciplina aborda tópicos emergentes e complementares na área de comércio exterior, enfocando a capacidade de planejamento, análise e de tomada de decisões no atual contexto competitivo caracterizado por constantes e radicais mudanças.

• TRANSPORTE E DISTRIBUIÇÃO – 80h

Estuda as modalidades de transportes e sua utilização competitiva de acordo com tipos de carga, distância e tempo; analisa o planejamento de instalações de armazenagem e centrais de distribuição, operações de recebimento, armazenagem, abastecimento, atendimento de pedidos, embalagens e expedição. Também são abordados indicadores de desempenho relacionados à armazenagem, transporte e distribuição.

ATIVIDADES COMPLEMENTARES – 120h

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.



SISTEMA DE AVALIAÇÃO

A Universidade Anhembi Morumbi desenvolve a avaliação de aprendizagem em duas etapas: N1 e N2. A N1 consiste em uma série de atividades desenvolvidas ao longo do semestre que permitem avaliar o estudante continuamente. A N2 consiste em uma prova presencial individual.

A nota final do estudante (NF) é obtida a partir da média entre N1 e N2, considerando os pesos, respectivamente de, 40% e 60%. É considerado aprovado o estudante que atingir média de aprovação conforme estabelecido em Regimento Acadêmico.

O estudante tem direito a realizar prova de segunda chamada no caso de ter perdido a oportunidade de cumprir a prova na data estipulada, ou se desejar melhoria de nota. Se, eventualmente, for reprovado o estudante deverá cumprir novamente a disciplina em regime de dependência.

FREQUÊNCIA

A avaliação do desempenho escolar além do aproveitamento abrange também aspectos de frequência.

A Universidade 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.

COORDENAÇÃO

Direção da Escola de Ciências Humanas e Sociais

Prof. Pós-Dr. Luiz Alberto Farias

Pós-doutor Comunicação pela Universidade de Málaga (2016). Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade de São Paulo (2006); mestre em Comunicação e Mercado (2000), especialista em Teoria da Comunicação (1995) e graduado em Relações Públicas (1990) pela Faculdade Casper Líbero; graduado em Jornalismo pela Universidade Cruzeiro do Sul (2001). Professor visitante na Universidade de Málaga (2016) e professor-orientador de Doutorado da Universidade Nova de Lisboa (Portugal) e da Universidade de Málaga. É diretor Acadêmico das Escolas de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Anhembi Morumbi, onde também atua como professor colaborador no programa de pós-graduação Stricto Sensu em Comunicação. É professor-doutor da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo desde 2003, onde atua no programa de pós-graduação Stricto Sensu em Ciências da Comunicação como professor permanente desde 2011. Ganhador do Prêmio Aberje - Educador do Ano "James Hefernan" (2014). Foi presidente da Abrapcorp e da ABRP, e diretor da Intercom. É editor da Organicom Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Qualis B1). Autor e co-autor de diversos livros no Brasil e no exterior.

Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Comércio Exterior

Prof. Doutor José Manuel Baptista Meireles de Sousa

Doutor em Administração e Comércio Internacional, especialista em Gestão Estratégica de Negócios e graduado em Engenharia Mecânica, com 35 anos de experiência no magistério superior. Tem 10 livros publicados nas áreas de gestão e comércio internacional e 40 anos de experiência em empresas portuguesas, espanholas e brasileiras como diretor comercial, diretor de exportação e diretor presidente. É professor e coordenador do Curso de Comércio Internacional e dos cursos de pós-graduação da BSP (São Paulo). Desenvolve pesquisa na área de "Global Supply Chains" e leciona na École Supérieure de Commerce Extérieure em Paris.



Anhembi Morumbi para você

Você, estudante, é parte integrante da comunidade acadêmica da Universidade Anhembi Morumbi e pode desfrutar de toda infraestrutura que a Universidade oferece.

São seis campi com instalações modernas, laboratórios de última geração, bibliotecas com acervo abundante, além de academias de ginástica.

- **Campus Mooca** - Rua Dr. Almeida Lima, 1134
- **Campus Morumbi** - Av. Roque Petroni Jr., 630
- **Campus Paulista** – Av. Paulista, 2000
- **Campus Paulista 2** – Rua Treze de Maio, 1266
- **Campus Vale do Anhangabaú** - Rua Líbero Badaró, 487
- **Campus Vila Olímpia** - Rua Casa do Ator, 275