



**Universidade
Anhembi Morumbi**

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Escola de Ciências Humanas e Sociais

Guia Rápido do Curso Superior de Comércio Internacional

Universidade Anhembi Morumbi

Fundada, em 1970, com o intuito de oferecer o primeiro curso superior de Turismo do Brasil, a Universidade Anhembi Morumbi ampliou a oferta de cursos em diferentes áreas durante a década de 1980. Credenciada como universidade na década de 1990, inaugurou o segundo campus, localizado na região da Mooca, para oferta concentrada de cursos na área da Saúde. Nas duas primeiras décadas do novo milênio, a Universidade continuou a trajetória de expansão com o lançamento de novos campi – 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 se tornou reconhecida pela oferta de cursos inéditos como Gastronomia, Aviação Civil, Design Digital, Quiropraxia, Moda e Estética.

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 proporcionar aos estudantes a oportunidade de formação e atuação mundial por meio de programas exclusivos de intercâmbio para complemento das matrizes curriculares, dupla diplomação e estágio internacional, entre outros.

Situada em São Paulo, a Anhembi Morumbi tem, atualmente, mais de 46 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 excelência acadêmica, assegurando a perenidade de nossa Instituição, que valoriza a paixão, o respeito à diversidade, o trabalho em equipe, a inovação, o foco em resultado, a responsabilidade corporativa, o compromisso social, a ética e a 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 Escola de Negócios, Escola de Comunicação e 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 um 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;
- Executar 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 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

Contrariamente à maioria dos cursos existentes na área de comércio exterior, desenvolvidos a partir da formação em Administração (com a habilitação em Comércio Exterior), o curso de Comércio Internacional deriva de uma formação multidisciplinar, agrupando uma gama de especificidades da formação na área de Comércio Exterior – que deve ser levada em consideração – e oferece conhecimentos em operações de comércio, negociações comerciais e internacionalização dos negócios. Assim, o curso de Comércio Internacional, abrange sólidos conhecimentos em gestão estratégica do ambiente internacional, ciência política, direito, economia política e, também, bom domínio de geografia e línguas estrangeiras.

Objetivo geral do curso

Proporcionar a formação de profissionais de comércio internacional, notadamente nos aspectos de planejamento e estratégia organizacional e de formulação, implementação e análise de políticas de comércio exterior.

Objetivos específicos

- a) Construir e gerenciar estratégias de internacionalização de empresas;
- b) Elaborar e gerenciar planos de gestão logística do comércio internacional;
- c) Analisar prospectivamente mercados nacionais e internacionais;
- d) Elaborar planos de integração produtiva internacional, por meio de atividades de importação e exportação;
- e) Negociar em fóruns internacionais e em ambientes interfirmas e intrafirmas negociações econômico-comerciais de natureza internacional;
- f) Formular, implementar e analisar políticas de incentivo e facilitação ao comércio exterior.

Público-alvo

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

Disciplinas

COMUNICAÇÃO

A disciplina discute as variedades linguísticas nos diversos gêneros orais e textuais, a leitura, interpretação e produção de textos no meio acadêmico e profissional e apresenta técnicas de comunicação oral para o meio acadêmico e profissional.

FRANCÊS I

Estabelece o contato e promove o exercício do idioma francês, em nível básico, nos âmbitos da leitura, escrita, compreensão e expressão oral, valendo-se de situações cotidianas e profissionais como cenários práticos.

INGLÊS I

Estabelece o contato e promove o exercício do idioma inglês, em nível básico, nos âmbitos da leitura, escrita, compreensão e expressão oral, valendo-se de situações cotidianas e profissionais como cenários práticos.

INTRODUÇÃO AO COMÉRCIO INTERNACIONAL

Contextualiza e debate os aspectos que influenciam e caracterizam a evolução do Comércio Internacional e, em particular, os processos de exportação e importação. Detalha o contexto brasileiro, a partir das perspectivas empresarial, governamental, normativa, social, econômica e política. Identifica os aspectos normativos e as ferramentas operacionais dos processos de importação e exportação.

MATEMÁTICA PARA GESTORES

Resgata os conceitos básicos de matemática, necessários ao desenvolvimento dos conteúdos quantitativos discutidos e aplicados em diversas disciplinas do curso, bem como as aplicações econômico-financeiras e gerenciais desses conceitos no ambiente empresarial.

MODELOS DE ADMINISTRAÇÃO

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.

PRINCÍPIOS DE DIREITO

A disciplina define a ciência do Direito e discute os conceitos de moral e ética integrados ao ordenamento jurídico. Apresenta os sujeitos integrantes da relação jurídica, conceitos e características das esferas pública e privada, enfatizando o Direito constitucional, civil, penal, do trabalho, do consumidor, comercial, ambiental, internacional e tributário.

COMPORTEAMENTO ORGANIZACIONAL

Aborda o comportamento humano nas organizações, sob três perspectivas: do indivíduo, do grupo e do sistema organizacional. Introduce brevemente elementos do comportamento humano, tais como aptidões, características pessoais e personalidade. 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.

CONTABILIDADE GERAL

Introduce os conceitos e procedimentos fundamentais adotados pela contabilidade necessários à elaboração dos demonstrativos financeiros básicos (balanço patrimonial e demonstração do resultado), bem como discute sua utilidade como parte do conjunto de técnicas utilizadas para o suporte à gestão das organizações.



DESENVOLVIMENTO HUMANO E SOCIAL

Apresenta as transformações do ser humano e das relações de trabalho nas diferentes configurações geográficas e na evolução tecnológica e discute o ser humano no mercado de trabalho sob a perspectiva da cidadania e sustentabilidade.

ESTATÍSTICA PARA GESTORES

Analisa conceitos de estatística descritiva, distribuições de probabilidade e inferência 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.

FRANCÊS II

Estabelece o contato e promove o exercício do idioma francês, em nível básico superior, nos âmbitos da leitura, escrita, compreensão e expressão oral, valendo-se de situações cotidianas e profissionais como cenários práticos.

INGLÊS II

Estabelece o contato e promove o exercício do idioma inglês, em nível básico superior, nos âmbitos da leitura, escrita, compreensão e expressão oral, valendo-se de situações cotidianas e profissionais como cenários práticos.

SISTEMÁTICA DA IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO

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

ECONOMIA

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

FRANCÊS III

Estabelece o contato e promove o exercício do idioma francês, em nível intermediário, nos âmbitos da leitura, escrita, compreensão e expressão oral, valendo-se de situações cotidianas e profissionais como cenários práticos.

GESTÃO DE MARKETING

Apresenta o processo de planejamento, implantação e gestão do composto mercadológico, abordando o conceito e o papel do marketing nas organizações e levantando questões referentes à segmentação, ao posicionamento e à colocação de bens e serviços no mercado.

GESTÃO FINANCEIRA

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

INGLÊS III

Estabelece o contato e promove o exercício do idioma inglês, em nível intermediário, nos âmbitos da leitura, escrita, compreensão e expressão oral, valendo-se de situações cotidianas e profissionais como cenários práticos.



METODOLOGIA CIENTÍFICA

Esta disciplina aborda o uso da metodologia científica para a informação, organização, pesquisa e apresentação de resultados científicos.

POLÍTICA INTERNACIONAL

Apresenta conceitos e fenômenos básicos que fundamentam as especificidades da área de Relações Internacionais; enfoca o espaço normativo que inclui assimilação de conceitos referentes ao uso da força e da influência do poder pelos Estados nacionais. Estuda os fenômenos de assimetria de poder, política internacional e interdependência, entre outros.

ANTROPOLOGIA E CULTURA BRASILEIRA

Discute sobre o homem no mercado de trabalho influenciado pela diversidade cultural e sociedade do conhecimento, abordando as diferentes identidades sociais e os aspectos étnico-raciais nas decisões profissionais.

ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A disciplina aborda a definição e as diversas teorias de estratégia empresarial. Apresenta ferramentas para formulação de estratégias de unidades de negócios, corporativas e globais, bem como discute os processos decisórios que viabilizam a implantação das estratégias escolhidas.

FILOSOFIA E ÉTICA PROFISSIONAL

Introduz os conceitos de ética e moral que estão no centro das discussões cotidianas. Estuda os conceitos que estruturam o pensamento e enfoca eticamente comportamentos desejados por meio da abordagem das virtudes primordiais da liberdade humana e dos critérios de decisão, a partir de ópticas de diferentes filósofos.

FRANCÊS IV

Estabelece o contato e promove o exercício do idioma francês, em nível intermediário superior, nos âmbitos da leitura, escrita, compreensão e expressão oral, valendo-se de situações cotidianas e profissionais como cenários práticos.

GESTÃO DE NOVAS TICS

Aborda de maneira intensiva recursos computacionais de sistemas de informação do mundo empresarial. Enfoca tipos de sistemas de informações disponíveis, e-business, infraestrutura de tecnologia da informação, desenvolvimento de sistemas de informação, gerenciamento de informações e banco de dados e segurança da informação, destacando questões práticas e aplicações possíveis.

INGLÊS IV

Estabelece o contato e promove o exercício do idioma inglês, em nível intermediário superior, nos âmbitos da leitura, escrita, compreensão e expressão oral, valendo-se de situações cotidianas e profissionais como cenários práticos.

LOGÍSTICA E TRANSPORTE INTERNACIONAL

Analisa o processo de logística integrada, identificando os principais elementos da cadeia logística e a forma como agregam valor às empresas e ao mercado. Discute os termos internacionais de comércio: Incoterms. Estuda os modais de transporte, identificando conhecimentos de embarque utilizados e as normas quanto ao correto preenchimento. Aborda ainda os tipos de seguro de transporte internacional.



POLÍTICAS DE COMÉRCIO EXTERIOR

Contextualiza 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.

DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS

A disciplina discute os desafios contemporâneos do homem enquanto profissional, destacando-se os desafios sociais, os desafios éticos, os desafios do mercado globalizado e os desafios políticos.

ECONOMIA INTERNACIONAL

Aborda as teorias das relações de intercâmbio entre os países, do mecanismo de funcionamento do mercado cambial, do sistema monetário internacional e das instituições que o congregam. Apresenta o impacto das constantes mudanças na economia internacional e estimula a discussão sobre as oportunidades de inserção internacional dos setores econômicos do país.

FRANCÊS V

Estabelece o contato e promove o exercício do idioma francês, em nível avançado, nos âmbitos da leitura escrita, compreensão e expressão oral, tratando estruturas gramaticais mais complexas e se valendo de situações cotidianas e profissionais como cenários práticos.

INGLÊS V

Estabelece o contato e promove o exercício do idioma inglês, em nível avançado, nos âmbitos da leitura escrita, compreensão e expressão oral, tratando estruturas gramaticais mais complexas e se valendo de situações cotidianas e profissionais como cenários práticos.

INTELIGÊNCIA DE MERCADOS INTERNACIONAIS

Aborda as particularidades e os aspectos relativos ao marketing em um ambiente globalizado, as características dos negócios internacionais e o desenvolvimento de aptidões empresariais globais.

PANORAMA DA UNIÃO EUROPEIA

Estuda o processo de integração da União Europeia, com base nas teorias de integração, demonstrando o dinamismo e a inter-relação de fatores econômicos, jurídicos e políticos. Analisa a estrutura normativa e institucional da União Europeia, comparando o fenômeno integracionista europeu com a integração em curso no Mercosul.

EMPREENDEDORISMO

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. Aborda, ainda, o desenvolvimento da mentalidade empreendedora na formação profissional contemporânea e os métodos para empreender no mundo globalizado das profissões.

FINANÇAS INTERNACIONAIS

Apresenta os principais conceitos e teorias a respeito das lógicas do sistema financeiro internacional, examinando as determinantes de renda, taxa de câmbio, balanço de pagamentos e inflação. Estuda também a regulamentação dos diversos mercados financeiros, o papel dos bancos centrais, regimes cambiais e modalidade de operações, além de examinar a evolução do sistema financeiro internacional.

FRANCÊS VI

Estabelece o contato e promove o exercício do idioma francês, em nível avançado superior, nos âmbitos da leitura escrita, compreensão e expressão oral, tratando estruturas gramaticais mais complexas e se valendo de situações cotidianas e profissionais como cenários práticos.

INGLÊS VI

Estabelece o contato e promove o exercício do idioma inglês, em nível avançado superior, nos âmbitos da leitura escrita, compreensão e expressão oral, tratando estruturas gramaticais complexas e se valendo de situações cotidianas e profissionais como cenários práticos.

NEGOCIAÇÃO INTERCULTURAL

Aborda os aspectos comportamentais e técnicos dos processos de negociação interpessoal, em ambientes de culturas diversificadas, identificando características diferenciadoras das culturas dos principais países que protagonizam operações de comércio exterior. Analisa os aspectos dos contratos de compra e venda internacionais que contribuem para aumentar a segurança das operações.

INGLÊS VII

Desenvolve estruturas gramaticais mais complexas da língua inglesa nos âmbitos da leitura, escrita, compreensão e expressão oral, valendo-se de apresentação de textos de cunho acadêmico e de situações cotidianas e profissionais como cenários práticos.

INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

Aborda o fenômeno da internacionalização das empresas, bem como as teorias de internacionalização. Discute programas de apoio, suporte e desenvolvimento para as empresas em processo de internacionalização e foca estratégias para competir no mercado internacional, bem como a construção de vínculos sustentáveis nos negócios internacionais.

MARKETING INTERNACIONAL

Estuda os aspectos relativos ao marketing internacional em um ambiente globalizado, as características dos negócios internacionais e o desenvolvimento das aptidões empresariais globais. Aborda também as particularidades dos mercados regionais e os fatores socioculturais dos consumidores que influenciam a especificação de produtos e serviços.

PROJETO INTEGRADO I: COMÉRCIO

Operacionaliza a elaboração do projeto integrado, enfocando os procedimentos metodológicos relacionados à coleta e análise dos dados, bem como a redação final das conclusões e considerações finais. Também são abordadas técnicas para a geração de artigos científicos.

DIREITO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL

Aborda os princípios fundamentais do Direito do comércio internacional, discutindo os aspectos legais, públicos e privados dos negócios internacionais. Enfoca as várias modalidades de contratos e vinculações internacionais entre entidades de natureza privada e apresenta contratos internacionais e formas de resolução de conflitos.

INGLÊS VIII

Aprofunda estruturas gramaticais mais complexas da língua inglesa nos âmbitos da leitura, escrita, compreensão e expressão oral, valendo-se de apresentação de textos de cunho acadêmico e de situações cotidianas e profissionais como cenários práticos.



PROJETO INTEGRADO II: COMÉRCIO

Operacionaliza a elaboração do projeto integrado, enfocando os procedimentos metodológicos relacionados à coleta e análise dos dados, bem como a redação final das conclusões e considerações finais. Também são abordadas técnicas para a geração de artigos científicos.

TÓPICOS ESPECIAIS DE COMÉRCIO EXTERIOR

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

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.

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 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 em 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 Cásper 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 (Espanha). É diretor acadêmico da Escola 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. Ganador do Prêmio Aberje – Educador do Ano James Heffernan (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 coautor de diversos livros no Brasil e no exterior.



Coordenação do curso superior de Comércio Internacional

Prof. Dr. José Manuel Baptista Meireles de Sousa

Doutor em Administração e Comércio Internacional, especialista em Gestão Estratégica de Negócios e graduado em Engenharia Mecânica, com 40 anos de experiência no magistério superior. Tem dez livros publicados nas áreas de Gestão e Comércio Internacional e 30 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 du Commerce Extérieur, em Paris.

Anhembi Morumbi para você

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

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

- **Campus Mooca** – Rua Dr. Almeida Lima, 1.134
- **Campus Morumbi** – Av. Roque Petroni Jr., 630
- **Campus Paulista** – Av. Paulista, 2.000
- **Campus Paulista 2** – Rua Treze de Maio, 1.266
- **Campus Vale do Anhangabaú** – Rua Líbero Badaró, 487
- **Campus Vila Olímpia** – Rua Casa do Ator, 275