



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>Ano</b>         | 2022  |
| <b>Tp. Período</b> | Anual                                       |
| <b>Curso</b>       | ADMINISTRAÇÃO (010/I)                       |
| <b>Modalidade</b>  | Parcialmente a distancia                    |
| <b>Disciplina</b>  | 1119/I - ADMINISTRAÇÃO DE COMÉRCIO EXTERIOR |
| <b>Turma</b>       | ADN/I                                       |

**Carga Horária:** 102

**C. Horár. EAD:** 20

## PLANO DE ENSINO

### EMENTA

Histórico do comércio exterior. Globalização e integração econômica. Padrões de comércio internacional. Administração dos sistemas de exportação e importação. Alavancagem e Manutenção dos negócios internacionais. Aspectos econômicos do comércio internacional.

### I. Objetivos

A disciplina de Administração de Comércio Exterior tem como objetivo principal aportar ao acadêmico uma visão geral sobre o mercado internacional e as práticas de comércio exterior, bem como os seus reflexos sobre o desenvolvimento das nações e sobre o comportamento das organizações empresariais.

### II. Programa

1. INTRODUÇÃO AO COMÉRCIO INTERNACIONAL
  - 1.1 Importância do comércio internacional para as nações
  - 1.2 Órgãos controladores e competências no comércio internacional
  - 1.3 Globalização
  - 1.4 Blocos econômicos
  - 1.5 Protecionismo, incentivos
  - 1.6 Ferramentas de acesso ao comércio internacional
  - 1.7 Câmbio e formação das taxas de câmbio
2. EXPORTAÇÃO
  - 2.1 Conceituação
  - 2.2 Vantagens da exportação
  - 2.3 Barreiras à exportação
  - 2.4 Procedimentos administrativos na exportação
  - 2.5 Documentos envolvidos nas operações de comércio exterior
  - 2.6 Incentivos à exportação (Drawback)
  - 2.7 Nomenclatura brasileira de mercadorias - NCM
  - 2.8 INCOTERMS - international commercial terms
  - 2.9 Preços de exportação
3. IMPORTAÇÃO
  - 3.1 Conceituação
  - 3.2 Modalidades de importação
  - 3.3 Classificação das importações
  - 3.4 Obrigações do importador
  - 3.5 Procedimentos administrativos na importação
  - 3.6 Tributos na importação
4. ÁREAS ENVOLVIDAS NO COMÉRCIO EXTERIOR
  - 4.1 Território aduaneiro e aduanas
  - 4.2 Regimes aduaneiros especiais e atípicos
5. ALAVANCAGEM E MANUTENÇÃO DOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS
  - 5.1 SISCOMEX
  - 5.2 Fusões e aquisições
  - 5.3 Modais de transportes e logística internacional
  - 5.4 Marketing internacional e marketing cross-cultural
6. ASPECTOS ECONÔMICOS LIGADOS AO COMÉRCIO INTERNACIONAL
  - 6.1 Modalidades de pagamentos internacionais
  - 6.2 Balanço de pagamentos
  - 6.3 Balança comercial

### III. Metodologia de Ensino

Aulas expositivas, trabalhos e seminários em grupos e individual, estudos de casos, pesquisa bibliográfica, pesquisa de artigos e publicações que reflitam a evolução e prática atualizada dos temas abordados na disciplina, exercícios práticos realizados em sala de aula e em empresas, uso de recursos audio-visuais e uso de visitas técnicas para complementar a compreensão dos conceitos da disciplina.

### Ensino a Distância (Conforme Resolução nº 0062/2008-CEPE/UNICENTRO)

#### I. Conteúdos que serão abordados a distância

A conteúdos que serão trabalhados à distância:  
1-Internacionalização de empresas;  
2-Globalização x Desglobalização;  
3-Concentração de Riquezas;  
4-Protecionismo;  
5-Brexit;  
6-Blocos Econômicos;  
7-Fluxos de mercadorias e fluxos financeiros pelo mundo;

---

## II. Metodologia de trabalho

B metodologia de trabalho:

Durante 20h/a ao longo do ano letivo, os acadêmicos serão orientados em relação ao desenvolvimento de atividades via plataforma Moodle. Devendo obedecer ao cronograma das postagens e acompanhamento dentro da plataforma.

---

## III. Tecnologias utilizadas

C tecnologias utilizadas: Plataforma Moodle.

---

## IV. Cronograma de tutoria presencial

D Cronograma de tutoria presencial:

Semanalmente durante o horário de atendimento aos alunos.

---

## V. Critérios de avaliação

A critérios de avaliação:

A avaliação ocorrerá de forma contínua a partir da participação dos acadêmicos na postagem de seus trabalhos na plataforma Moodle. A avaliação dos trabalhos e atividades levará em consideração o cumprimento da proposta, a estrutura solicitada, fundamentação teórica (quando solicitado) e a entrega na data prevista pelo professor. Toda a cópia parcial e/ou total sem citação da fonte será considerada plágio, caso em que será atribuída nota zero ao trabalho. No entanto, salienta-se que o uso da plataforma Moodle dentro dos conteúdos trabalhados à distância será de postagem obrigatória dentro da plataforma, ou seja, não sendo aceitos os trabalhos entregues em sua versão impressa (física) e fora do cumprimento do prazo estipulado e disponibilizado pela plataforma.

---

## VI. Cronogramas de avaliação

A avaliação dos acadêmicos se dará de forma permanente dentro do uso da plataforma, em relação ao cumprimento das postagens solicitadas dentro de cronograma a ser cumprido. As datas de avaliação dos trabalhos postados serão: 11/07, 08/08, 22/08, 12/09, 03/10, 24/10, 07/11.

---

## IV. Formas de Avaliação

As avaliações serão realizadas através de provas escritas com nota proporcional ao conteúdo atribuído a mesma e trabalhos de pesquisa sobre assuntos relativos aos temas abordados em sala. A avaliação dos trabalhos escritos/dissertativos levará em consideração o cumprimento da proposta de trabalho, a originalidade e a entrega na data prevista pelo professor. Toda cópia parcial e/ou total sem citação da fonte será considerada plágio, caso em que será atribuída nota zero ao trabalho. Também será empregada avaliação sistemática em sala de aula através de estudos de casos e resolução de exercícios referente a disciplina.

---

## V. Bibliografia

---

### Básica

a) Básica:

BRASIL. Exportação Passo a Passo. Brasília: Ministério das Relações Exteriores, 2011.

CAVUSGIL, S. T.; KNIGHT, G.; RIESENBERGER, J. R. Negócios Internacionais: estratégia, gestão e novas realidades. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

DIAS, R.; RODRIGUES, W. et al. Comércio Exterior: teoria e gestão. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2007 - 2012.

FARO, R.; FARO, F. Curso de Comércio Exterior: visão e experiência brasileira. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

---

### Complementar

b) Complementar:

MAIA, J. M. Economia internacional e comércio exterior. 11ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MINERVINI, N. O Exportador. 5. Ed. São Paulo: Pearson Prentice, 2008-2012.

RATTI, B. Comércio Internacional e Câmbio. São Paulo: Aduaneiras, 2006.

VAZQUEZ, J. L. Comércio exterior brasileiro. 8. Ed. São Paulo: Atlas, 2007-2012

BIZELLI, J. dos S; BARBOSA, R. Noções básicas de importação. São Paulo: Aduaneiras, 1994.

CAMPOS, A. Comércio Internacional e Importação. São Paulo, Aduaneiras.

CARLUCI, J. L. Uma introdução ao direito aduaneiro. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

CATEORA, P. R. GRAHAM, J. L. Marketing internacional. 13. Ed. – São Paulo: LTC, 2009.

CAVES, R. E.; FRANKEL, J.A.; JONES, R. W. Economia internacional: comércio e transações globais. São Paulo: Saraiva, 2001.

CORTIÑAS LOPEZ, J. M; GAMA, M. Comércio exterior competitivo. 4. Ed. São Paulo: Aduaneiras, 2010.

CZINKOTA, M. R.; RONKAINEN, I. A. Marketing Internacional. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

GRANDE, I. Marketing Cross-Cultural. São Paulo: Thompson Learning, 2007.

JORNAIS: Gazeta Mercantil, Folha de São Paulo, etc.

KEEGAN, W. J. Marketing Global. 7. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

KRUGMAN, P. R; OBSTFELD, M. Economia internacional: teoria e política. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2005.

LABATUT, Ê. N. Política de Comercio Exterior. São Paulo, Aduaneiras.

LENAIN, P. O FMI. Col. Entendendo o mundo – v. 5. São Paulo: Manole, 2004.

LUDOVICO, N. Mercados e negócios internacionais. – São Paulo: Saraiva, 2012.

MINERVINI, N. O Exportador. São Paulo: Makron Books, 1991.

NICOLETTI, A. M. Conhecimentos Elementares de Comércio Exterior e Câmbio. São Paulo: Aduaneiras.

SEGRE, G. et al. Manual Prático de comércio internacional. São Paulo: Atlas, 2006.  
SOARES, C. C. Introdução ao comércio exterior: fundamentos teóricos do comércio internacional. São Paulo: Saraiva, 2004.  
SOSA, R. B. A Aduana e o Comércio Exterior. São Paulo, Aduaneiras.  
SOUSA, J. M. de. Fundamentos do comércio internacional. São Paulo: Saraiva, 2009.  
URBASCH, G. A globalização brasileira: a conquista dos mercados mundiais por empresas nacionais. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

---

## **APROVAÇÃO**

**Inspetoria:** DEADM/I

**Tp. Documento:** Ata Departamental

**Documento:** 295

**Data:** 17/08/2022