
PÓS - GRADUAÇÃO LATO SENSU
ESPECIALIZAÇÃO

**MBA EM GESTÃO DE COMÉRCIO EXTERIOR
E NEGÓCIOS INTERNACIONAIS**

SIGA: TMBACEN*06/16



1. COORDENAÇÃO ACADÊMICA

Prof. MIGUEL FERREIRA LIMA - Doutor - Universidade Federal do Rio de Janeiro

2. APRESENTAÇÃO

O III milênio tem sido marcado por profundas transformações, tanto em nível nacional como internacional. São essencialmente, forças de natureza política, econômicas, tecnológicas e sociais que imprimem o ritmo e um novo padrão ao mundo. Tais transformações ocorrem num momento histórico especial, caracterizado pela fragilidade de valores e princípios que até então nos orientaram, mas que se mostram inadequados às demandas do futuro.

As grandes questões emergentes que permeiam o cenário organizacional estão a exigir a adoção de uma nova visão estratégica, administrativa e gerencial dos negócios e do mercado, que nos garanta vantagem competitiva. O setor empresarial brasileiro precisa se preparar para enfrentar o novo paradigma global, a mudança estrutural nos termos de troca do comércio internacional. O crescimento intenso da China de cerca de 8% ao ano, deve seguir por pelo menos mais 15 anos, o que implica em mudança estrutural e de longo prazo, nos termos de troca no comércio mundial. Estima-se que a China responda hoje por 7% da produção industrial do mundo e que, em 2040, essa participação atingirá 22%. O Brasil terá que aprender a lidar com esse novo cenário.

Nos termos de troca, o impacto chinês deverá ser positivo para países exportadores de matérias-primas e insumos em geral, que deverão continuar assistindo ao aumento de preços de seus produtos, em especial das commodities, cada vez mais escassas. Por outro lado, a tendência de preço para as manufaturas menos sofisticadas é de queda, dado o aumento de escala provocado pelo modelo chinês.

Diante deste novo paradigma, o Brasil não pode se fechar à China e conceituá-la simplesmente como inimigo destruidor da indústria nacional. Reformas estruturais são necessárias para que o parque industrial brasileiro tenha condições reais de competir neste novo cenário global. E mais, é necessário compreender as oportunidades oferecidas pela ascensão asiática, para não absorver somente os desafios impostos.

A China hoje se apresenta como oportunidade e ameaça para as empresas brasileiras. Todos os setores da economia nacional têm sido afetados pela concorrência chinesa e alguns setores já identificaram uma forma de aproveitar o enorme crescimento do mercado consumidor chinês ou mesmo uma forma de baratear seu custo operacional no Brasil, por meio de produção e desenvolvimento de insumos e determinados produtos da China. Assim, é de interesse de empresários e executivos brasileiros conhecer as implicações desse fenômeno em seus negócios.

Agilidade nas decisões, liderança empreendedora, flexibilidade e maleabilidade para enfrentar a incerteza, criatividade, capacidade de comunicação e relacionamento interpessoal e grupal, bem como construção de parcerias sólidas, entre outras, são algumas das habilidades requeridas ao gestor contemporâneo, que podem ser desenvolvidas e aprimoradas em situações de simulação que guardem semelhança com a realidade.

A consolidação da abertura comercial e a permanência do programa de estabilização econômica alteraram significativamente o ambiente de negócios internacionais em que operam as empresas brasileiras que, então, passaram a competir tendo parâmetro a concorrência internacional. Face a este novo ambiente, faz-se necessária a formação de pessoas que possam desenvolver capacidades analíticas e cognitivas de um atual ou futuro gestor de comércio exterior, que atuará em um mundo em constante transformação.

3. OBJETIVOS

O curso de MBA em Gestão de Comércio Exterior e Negócios Internacionais tem como objetivo capacitar os participantes para a tomada de decisão no exercício de funções relativas ao comércio e finanças internacionais, em diversos tipos de organizações, proporcionando-lhes condições para atuarem, de forma competitiva, em um mercado globalizado.

4. A QUEM SE DESTINA

4.1. Profissionais que atuem ou desejem atuar na área de comércio exterior, economia, finanças internacionais e câmbio, logística internacional e negócios internacionais.

4.2. Profissionais que ocupem posições de gerência, chefia ou supervisão ou assistentes plenos nas áreas de marketing, produção, logística ou finanças em organizações com operações no exterior ou que desejem se engajar nos negócios internacionais.

5. CERTIFICAÇÃO

5.1. Os cursos de Pós-Graduação Lato Sensu, MBA, nível Especialização da Fundação Getulio Vargas atendem às determinações da Resolução do CNE/CES nº 1 de 08/06/2007, do Conselho Nacional de Educação e da Câmara de Educação Superior.

5.2. Será outorgado pela Fundação Getulio Vargas o certificado de "Curso de Pós-Graduação Lato Sensu, MBA em Gestão de Comércio Exterior e Negócios Internacionais, Nível Especialização" aos participantes que atenderem a todos os critérios de aprovação estabelecidos no regulamento do curso do módulo nacional.

5.3. Será outorgado pela Universidade da Califórnia - Irvine, o certificado de "*Business and Management for International Professionals*" aos participantes deste módulo internacional.

5.4. Será outorgado pela Universidade de Chicago o certificado de "*Public Policy, Finance and Investment Strategies*" aos participantes deste módulo internacional.

5.5. Será outorgado pelo Instituto para o Desenvolvimento da Gestão Empresarial - INDEG / Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa - ISCTE Business School - Lisboa, o certificado de "Gestão de Negócios" aos participantes deste módulo internacional.

5.6. Será outorgado pela Universidade Chinesa de Hong Kong, o certificado de "*China Business & Economic Strategies for Managers*" aos participantes deste módulo internacional.

5.7. Será outorgado pela Fundação Getulio Vargas o certificado de "Curso de Pós-Graduação Lato Sensu, MBA Executivo Internacional com ênfase em Gestão de Comércio Exterior e Negócios Internacionais, Nível Especialização", aos participantes que atenderem todos os critérios de aprovação do módulo nacional e internacional.

MÓDULO NACIONAL		
6 - MBA EM GESTÃO DE COMÉRCIO EXTERIOR E NEGÓCIOS INTERNACIONAIS		
	DISCIPLINAS	HORAS/AULA
1	Finanças Corporativas	24
2	Gestão de Finanças Internacionais	24
3	Gestão de Logística Internacional	24
4	Gestão de Operações de Câmbio	24
5	Gestão de Operações de Exportação e Importação	24
6	<i>Internacional Business Plan</i>	24
7	Jogos de Negócios Internacionais	24
8	Marketing Internacional	24
9	Planejamento Estratégico	24
10	Tributação no Comércio Exterior Brasileiro	24
11	Economia Internacional	24
12	Gestão de Contratos Internacionais	24
13	Negociação Internacional	24
14	Regulação do Comércio Internacional	24
15	Gestão de Pessoas em Empresas Internacionalizadas	24
16	Planejamento Tributário Internacional	12
17	Gestão de Projetos	12
	DISCIPLINAS ON LINE	
18	Marketing Estratégico - <i>On Line</i>	36
19	Internacionalização de Empresas - <i>On Line</i>	36
	TCC - Trabalho de Conclusão de Curso	----
CARGA HORÁRIA TOTAL		456

MÓDULOS INTERNACIONAIS	HORAS/AULA
Business and Management for International Professionals University of California - Irvine	54
Finanças e Políticas Públicas University of Chicago - Harris School	32
Gestão de Negócios Instituto para o Desenvolvimento da Gestão Empresarial- ISCTE /INDEG - Lisboa	40
China Business & Economic Strategies for Managers Asia-Pacific Institute of Business - Chinese University of Hong Kong	40

7. DESCRITIVO DAS DISCIPLINAS

7.1. Finanças Corporativas

Juros simples e compostos e aplicações no ambiente de comércio exterior. Taxas de juros (reais, efetivas e equivalentes). Descontos simples e compostos. Séries uniformes antecipadas e prorrogadas. Amortização de empréstimos. Conceitos de equivalência, fluxo de caixa e taxa de atratividade (custo de oportunidade). Avaliação de fluxos de caixa pelos métodos do valor presente (valor atual) e taxa interna de retorno de projetos de comércio exterior. Visão panorâmica de finanças corporativas. Papel e as funções do administrador financeiro. Introdução à análise de risco. Mercado eficiente e mercado perfeito. Fontes de financiamentos. Capital próprio e de terceiros. CMPC. Endividamento e benefício fiscal. Estrutura de capital. Critérios para classificação de projetos. Taxa média de retorno contábil. *Payback* simples e descontado, TIR, VPL e índice de lucratividade e análise dessas ferramentas aplicadas no dia-a-dia do profissional de comércio exterior.

7.2. Gestão de Finanças Internacionais

Evolução do sistema monetário internacional. Globalização financeira e crescimento dos derivativos. *Forward*, *swaps* e taxa de juros de paridade. Mercado de euromonedas. Mercado de títulos internacionais. Risco e exposição contábil. Administrando o risco cambial. Mercado financeiro internacional. A dimensão internacional da estrutura de capital. Riscos internacionais e custo de capital. Administração internacional de *working* capital. Fluxos internos e multinacionais.

7.3. Gestão de Logística Internacional

Global sourcing e logística internacional. Logística integrada da distribuição física internacional. Planejamento em logística internacional. Estudo da estrutura logística em um projeto de exportação. Tendências da logística integrada no mundo globalizado. Tipos de cargas e navios. Formas de contratação de transporte marítimo. Tipos de *containers* e sua contratação. Prestadores de serviços logísticos. Transportes aéreos, tarifas, formas de contratação, cargas perigosas. Transportes rodoviários e ferroviários internacionais. Seguros de transporte internacional. Multimodalidade dos transportes internacionais e sua otimização na viabilização de negócios.

7.4. Gestão de Operações de Câmbio

Mercado cambial. Fatores e determinação da taxa de câmbio. Previsão das taxas de câmbio. Mercado cambial brasileiro. Contratação do câmbio – o contrato de câmbio. Trava, deságios, prêmios, descontos. Liquidação, alteração, prorrogação, cancelamento, baixa na posição cambial. Operações cursadas nos CCRs. Despesas bancárias. Corretores de câmbio. Comissão de agente. Riscos envolvidos nos pagamentos internacionais. Análise da Brochura 500. Análise de cartas de crédito. Tipos de carta de crédito. Tipos de cobranças. Análise da Brochura 522. Pagamentos antecipados. Garantias internacionais.

7.5. Gestão de Operações de Exportação e Importação

Organização e implantação de gerência de comércio exterior. Classificação de mercadorias. Aspectos administrativos na exportação e importação. Documentação envolvida na exportação e importação. Despacho aduaneiro na exportação e importação. Siscomex.

7.6. *International Business Plan*

Desenvolvimento de um Plano de Negócio Internacional. Diagnóstico estratégico. Estratégias de produto, preço, comunicação e distribuição internacional. Implementação e controle do Plano de Negócio Internacional.

7.7. Jogos de Negócios Internacionais

Jogo de negócios com foco na área internacional, abordando finanças internacionais, marketing internacional e logística internacional.

7.8. Marketing Internacional

Conceitos fundamentais do Marketing. Filosofias de administração de Marketing. Objetivos do sistema de Marketing. Segmentação do mercado e posicionamento do produto. Estratégias de internacionalização de empresas, modelo multinacional, global, internacional e transnacional. Pesquisa em marketing internacional. Decisão de produto e marca em nível internacional. Decisão de canais de distribuição em nível internacional. Comunicação com o mercado em um contexto de globalização.

7.9. Planejamento Estratégico

Planejamento estratégico. Evolução dos sistemas de planejamento. Análise macro-ambiental: tendências, oportunidades e ameaças. Análise competitiva da indústria. Conceito de cadeia de valores como base na sustentação da vantagem competitiva. Diferença entre estratégia e eficácia operacional. Sistemas de atividades e a definição do posicionamento corporativo. Processo de alocação de recursos entre as diferentes unidades de negócio. Curva de experiência e matrizes do *Boston Consulting Group-BCG* e da *GE/Mckinsey*.

7.10. Tributação no Comércio Exterior Brasileiro

Impostos incidentes na exportação. Impostos incidentes na importação. Mercosul - exceções a TEC, convergências e lista de adequação. Regimes aduaneiros atípicos e especiais.

7.11. Economia Internacional

Vantagem comparativa e ganhos de comércio. Eficiência econômica e vantagens comparativas. Distorção de fatores e vantagens comparativas. Substituição dos fatores e os modelos de comércio. Novas teorias de comércio internacional. Comércio internacional e desenvolvimento econômico. Balanço de pagamentos e o mercado cambial. Taxa de câmbio e o balanço de contas correntes. Taxa de juros e a conta de capital. Regime cambial, expectativas, taxa de câmbio e a conta de capital. Estoques, fluxos e o equilíbrio monetário. Mercado de títulos, taxa de câmbio e a política econômica.

7.12. Gestão de Contratos Internacionais

Direito Interno e Direito Internacional. Lex Mercatória. Contratação comercial internacional. Integração regional e Direito Comunitário. Planejamento societário e fiscal. Empresas *offshore*. *Joint ventures*. Contratos de engenharia (projetos, consultoria, modalidades contratuais – *Construction*, *EPC/Turn-Key*, *Production-Hand*, etc.). Garantias internacionais (*BID*, *Advanced Payment* e *Performance Bonds*). Arbitragem comercial internacional. Mediação técnica. Homologação e execução de decisões estrangeiras. Contencioso internacional.

7.13. Negociação Internacional

Estratégias vencedoras em negociação. Análise da negociação e suas abordagens. Desenvolvendo a comunicação e os estilos de negociação. Processo de negociação. Gerente enquanto um negociador. Negociações multilaterais - Grupos, equipes e políades. Negociador de sucesso. Aspectos multiculturais nas negociações, enfatizando as negociações internacionais.

7.14. Regulação do Comércio Internacional

Elementos básicos do GATT/OMC. Elementos básicos dos blocos econômicos. Tarifas, o princípio de nação mais favorecida e os blocos regionais. Lei *antidumping*, subsídios, medidas compensatórias e compras governamentais. Defesa comercial no Brasil: instrumentos para a iniciativa privada.

7.15. Gestão de Pessoas em Empresas Internacionalizadas

Gerenciando pessoas estrategicamente. Revisando posturas estratégicas. Estratégias genéricas para pessoas em empresas internacionalizada. Gerenciamento de contradições em operações no exterior.

7.16. Planejamento Tributário internacional

Planejamento tributário por meio dos tratados internacionais em matéria tributária (acordos de bitributação). Operações no exterior por meio de atuação direta, estabelecimentos permanentes - filiais, coligadas, controladas, centros de refaturamento. Tributação de expatriados: residentes no Brasil enviados ao exterior e residentes no exterior enviados ao Brasil. Uso de paraísos fiscais: efeitos tributários do uso de paraísos fiscais. Regras de preços de transferência e regras de *Thin Capitalization* (para financiamento internacional de empresas).

7.17. Gestão de Projetos

Fundamentos de gerenciamento de projetos. Evolução dos Conceitos. PMI – PMBOK. As certificações em gerenciamento de projetos. Técnicas e ferramentas para gerenciamento. Elaboração de *project charter*; Criação de EAP - WBS (*work breakdown structure*). Diagrama de Gantt. Sequenciamento de Atividades e o método do caminho crítico (CPM). Análise, interpretação e resposta aos riscos do projeto; Cronogramas físico-financeiro e o controle do projeto. Plano de Ação. Indicadores de desempenho e o *Earned Value* (valor agregado).

7.18. Marketing Estratégico - On Line

Desafios estratégicos de marketing: histórico do conceito de marketing, marketing estratégico e marketing operacional, estratégia e cultura organizacional, novas dinâmicas do mercado, organizações orientadas para o mercado, marketing estratégico nos mercados contemporâneos. Análise estratégica: análise de mercado e ambiente, análise de tendências, mercado atual e potencial, *stakeholders*, análise do cliente, análise da concorrência, níveis de competição, grupos estratégicos, sistemas de informação de marketing. Marketing estratégico: planejamento estratégico de marketing, estratégia e vantagem competitiva, auditoria de marketing, posicionamento e reposicionamento. Implementação do marketing estratégico: planejamento, plano e marketing estratégico, fatores de implementação, marketing interno.

7.1. Internacionalização de Empresas - On Line

Globalização e internacionalização: cenários da globalização, interfaces da globalização, internacionalização. Modelos de internacionalização: teoria da internacionalização por aprendizagem, modelo de Dunning, Paradigma de OLI, cadeias globais de valor. Internacionalização de empresas brasileiras: internacionalização de empresas brasileiras, estudo de caso Petrobras e estudo de caso Odebrecht.

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

O TCC consistirá em um Plano de Negócio Internacional a ser desenvolvido pelos alunos durante o curso e de acordo com cronograma de tarefas definida pela coordenação, estipulada na disciplina "*International Business Plan*".