

GUIA DE CURSO

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM COMÉRCIO EXTERIOR



LAUREATE
INTERNATIONAL
UNIVERSITIES®



HISTÓRICO DA INSTITUIÇÃO

FMU / FIAM-FAAM

O Complexo Educacional FMU|FIAM-FAAM engloba o Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU) e o FIAM-FAAM Centro Universitário. Há 50 anos é referência na qualidade de ensino e empregabilidade de seus alunos. Em 2014, passou a integrar a Laureate International Universities, maior rede internacional de universidades do mundo, que conta com mais de 70 instituições de ensino e mais de 1 milhão de alunos pelo mundo.

O Centro Universitário FMU tem como **missão** “Promover educação superior acessível e de excelência para a formação de profissionais com valores éticos e competências destacadas para o Mundo do Trabalho cada vez mais globalizado e competitivo e formar cidadãos comprometidos com a construção de uma sociedade melhor e sustentável.”

“Ser a maior e melhor IES no seu segmento, promovendo a Empregabilidade e a Inclusão Social”, resume a sua **visão**.

Em 2017, conquistou 100 estrelas no Guia do Estudante da Editora Abril e teve 12 de seus cursos ranqueados entre os cinco melhores de São Paulo pelo RUF – Ranking Universitário da Folha, tendo destaque para o curso de Educação Física que conquistou o 1º lugar. Entre seus cursos mais tradicionais e com nota máxima na avaliação do MEC está o programa de Direito, que conta com mais de 500 egressos aprovados no 17º Exame Nacional da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), superando a média de aprovação nacional.

SOBRE O CURSO

O Curso Superior de Tecnologia em Comércio Exterior forma profissionais para atuarem na gestão dos processos voltados ao comércio internacional das organizações de natureza pública ou privada, exercendo função de Analista, Supervisor e Gerente nas áreas comerciais de importação e exportação, respeitando os princípios legais que respaldam as ações de Comércio Exterior.

Em razão da competitividade, a relação entre mundo do trabalho e educação torna-se cada vez mais próxima, com a necessidade de formação de profissionais com competências para propor intervenções diante de situações-problema, elaborando perspectivas que integrem a teoria e a prática, visando sínteses e a administração de conflitos existentes nos ambientes corporativos e sociais.

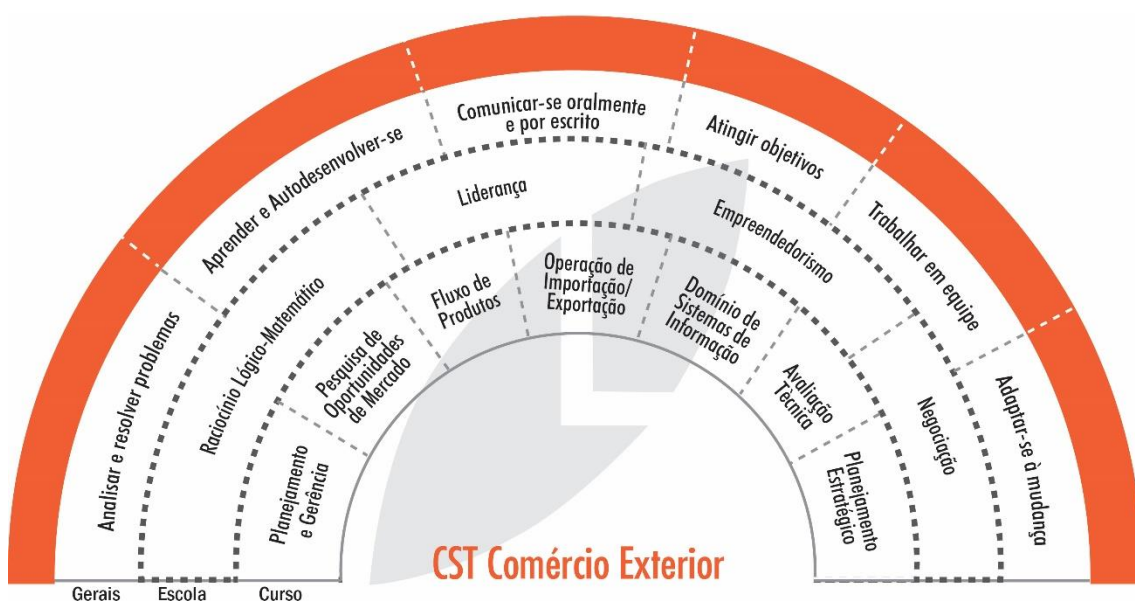
Ao ofertar o Curso Superior de Tecnologia em Comércio Exterior da FMU preocupa-se com este compromisso, formando profissionais competentes, com especificidades e qualidades para atender as demandas de um mercado local e global. Paralelamente ao desenvolvimento de competências teóricas, técnicas e humanas, a compreensão dos aspectos geopolítico, econômico, social e educacional, permite a implantação de cursos superiores voltados ao cumprimento de sua missão institucional.

OBJETIVO GERAL 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 da área de Comércio Exterior, como SISCOMEX, NOVOEX, SISCARGA, SISCOSEV;
- Capacitar profissionais com uma maior proximidade da realidade e das demandas do mercado internacional, de modo que possa identificar oportunidades de negócios e intervenção, por meio dos conhecimentos científico e tecnológico;
- Desenvolver profissionais com competências para criar uma percepção inter e multidisciplinar nas tomadas de decisões estratégicas e operacionais, compreendendo as questões políticas, econômicas, sociais e culturais que impactam o desenvolvimento do Comércio Exterior, com uma visão acadêmica e a realização prática, que envolvem soluções viáveis e sustentáveis, por meio da produção de conhecimentos científico-tecnológicos.

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.

CONTABILIDADE DE CUSTOS

Versa sobre as diferentes técnicas de apuração, alocação e avaliação de custos, explorando a capacidade de desenvolver um sistema de contabilidade de custos que atenda à necessidade da organização empresarial em estabelecer o preço de venda e avaliar o desempenho operacional.

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.

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.

FREQUÊNCIA

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

FACULDADE METROPOLITANAS UNIDAS

Você, estudante, é parte integrante da comunidade acadêmica da **Faculdade Metropolitanas Unidas** e pode desfrutar de toda a infraestrutura que a Instituição oferece.

São diversos campi com instalações modernas, laboratórios de última geração, bibliotecas com acervo abundante, além de outros diferenciais.

- Campus São Bernardo do Campo - Rua Marechal Deodoro, 1805 - Centro, São Bernardo do Campo – SP.
- Campus Ponte Estaiada -Rua Ministro Néelson Hungria, 541 - Vila Tramontano, São Paulo - SP.
- Campus Itaim Bibi-R. Iguatemi, 306 - Itaim Bibi, São Paulo.
- Campus Ana Rosa - Rua Vergueiro, 2009 - Vila Mariana, São Paulo - SP.
- Campus Centro de Pós-Graduação -Rua Vergueiro, 107 - Liberdade, São Paulo - SP.
- Campus Vila Mariana I- Unidade FMU FAAM - Avenida Lins de Vasconcelos, 3406 - Vila Mariana, São Paulo - SP.
- Campus Vila Mariana II - Rua Agostinho Rodrigues Filho, 201 - Vila Clementino, São Paulo - SP.
- Campus Santo Amaro - Av. Santo Amaro, 1239 - Vila Nova Conceição, São Paulo – SP.
- Campus Morumbi - Av. Morumbi, 501 - Morumbi, São Paulo – SP.
- Campus Liberdade - Avenida da Liberdade, 899 - Liberdade, São Paulo – SP.