



# PROJETO PEDAGÓGICO

Curso de Pós-Graduação  
Lato Sensu em  
Comércio Exterior  
MBA/E ECEX-UFRJ

## Sumário

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento	3
2. Justificativa	3
3. Histórico da Instituição	3
4. Objetivos	3
5. Público-Alvo	4
6. Concepção do Programa	4
7. Coordenação	4
8. Carga Horária	5
9. Período e Periodicidade	5
10. Corpo Docente	5
11. Metodologia	6
12. Interdisciplinaridade	6
13. Atividades Complementares	6
14. Tecnologia	7
15. Infra-Estrutura Física	7
16. Sistemas de Avaliação	7
17. Controle de Frequência	8
18. Trabalho de Conclusão	8
19. Certificação	8
20. Indicadores de Desempenho	8
21. Relatório Circunstanciado	8
22. Conteúdo Programático	10
23. EMENTAS DAS DISCIPLINAS	11

INFORMAÇÃO	DETALHAMENTO
<b>1. Nome do Curso e Área do Conhecimento</b>	<p>MBA/E - CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU: ESPECIALIZAÇÃO EM COMÉRCIO EXTERIOR (ECEX)</p> <p>Área do conhecimento: política industrial e economia internacional.</p>
<b>2. Justificativa</b>	<p>MBA/E - CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU: ESPECIALIZAÇÃO EM COMÉRCIO EXTERIOR (ECEX)</p> <p>Área do conhecimento: política industrial e economia internacional.</p>
<b>3. Histórico da Instituição</b>	<p>O Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro surgiu em 1996 a partir da fusão entre o Instituto de Economia Industrial, dedicado à pesquisa e ao ensino de pós-graduação, e o Departamento de Economia da então Faculdade de Economia e Administração (FEA) da UFRJ, que se ocupava do ensino de graduação em economia. Esta fusão tornou o novo Instituto capaz de desenvolver um programa integrado de ensino e de pesquisa em economia.</p> <p>A integração de professores egressos do IEI e do Departamento de Economia em uma única instituição permite que seja oferecido um conjunto maior e mais variado de disciplinas nos programas de graduação e pós-graduação, extraindo vantagens do que é uma das principais características da instituição: a variedade de formação e de perspectivas teóricas do seu corpo docente.</p> <p>O compromisso do Instituto de Economia da UFRJ é apresentar e discutir, de forma aprofundada e crítica, os principais paradigmas que constituem a teoria econômica moderna, a visão que informa cada um deles, suas fronteiras interdisciplinares, seus instrumentos analíticos, seu poder de explicação da realidade das economias atuais e os confrontos entre suas posições.</p> <p>Esta postura plural e crítica se revelam tanto nos programas dos cursos de graduação e pós-graduação e suas leituras, quanto nas atividades de sala de aula, em que se busca estimular a reflexão intelectual independente, por parte dos estudantes. O pluralismo se expressa também nos projetos de pesquisa desenvolvidos no Instituto, definidos a partir das mais diversas preocupações teóricas e empíricas com particular destaque, porém, para o conhecimento da economia brasileira e da análise do impacto dos instrumentos de política econômica na realidade do país. Com isso, pretende-se preservar e fortalecer o mais caro legado dos professores da antiga FEA e do IEI: a reflexão em torno dos problemas e das opções que se abre para o desenvolvimento do país.</p> <p>A ECEX originou-se na antiga Faculdade de Economia e Administração (FEA), no ano 1992. Em 1996 ocorreu a fusão entre a FEA e o Instituto de Economia Industrial e Tecnologia (IEI) e o ECEX passou, então, a fazer parte integrante do Grupo de Estudos em Finanças e Comércio Exterior (GEFCEX). A estrutura acadêmica do ECEX é formulada pelos professores que compõem o GEFCEX/UFRJ que cuidam do conteúdo programático e mantêm contato íntimo com a área de especialização em comércio internacional de bens e serviços.</p>
<b>4. Objetivos</b>	<p>Os objetivos específicos do curso são:</p> <p>Capacitar profissionalmente o aluno para exercer as funções requeridas pelo mercado externo.</p> <p>Reciclar e aprofundar os conhecimentos nas áreas de Direito, Economia, Métodos Quantitativos, Relações internacionais e outras necessárias para o entendimento do funcionamento do mercado internacional.</p> <p>Aperfeiçoar o perfil do profissional atuante no mercado internacional.</p>



<p><b>5. Público-Alvo</b></p>	<p>Profissionais que militam na área de comércio exterior e áreas conexas ou interessadas no tema.</p> <p>Espera-se que ao final do curso o aluno esteja preparado para aplicar novas técnicas de gestão e formulação de políticas destinadas a aprimorar a serventia que o comércio exterior tem para o bem-estar da sociedade, de modo geral.</p>
<p><b>6. Concepção do Programa</b></p>	<p>A ECEX da UFRJ foi instituída no ano de 1992, no momento em que o Brasil transitava para um sistema de economia aberta ao comércio exterior. No período anterior, nos anos 70, o ativo estratégico de crescimento das empresas era o mercado doméstico que chegou a ser o 7º PIB no ranking mundial. Tínhamos um mercado fortemente protegido contra a competição externa e uma política generosa de formação de preços para a atividade exportadora.</p> <p>A abertura comercial externa significou justamente a extinção gradual da política protecionista e de apoio aos preços externos. Seguindo uma tendência internacional, foram devolvidas ao mercado funções antes tuteladas pelo Estado, dentre estas, muitas relacionadas ao comércio exterior. Ao mesmo tempo, a competição internacional estava cada vez mais se pautando por fatores extrapreço, como qualidade, prazo de entrega, durabilidade e desempenho do produto. No Brasil, as operações de comércio exterior estavam sendo simplificadas e tornando-se mais transparentes, principalmente com o SISCOMEX (processamento on-line da tramitação dos documentos das exportações brasileiras). O conhecimento de como se apropriar dos incentivos governamentais dedicados à exportação ou do enquadramento de uma importação nos mecanismos de exceção não era, portanto, suficiente, tendo em vista o padrão de concorrência internacional que vinha se estabelecendo.</p> <p>A Pós-graduação em Comércio Exterior (ECEX) surgiu justamente da necessidade de preparar técnicos para dotar as empresas de pessoal qualificado ao exercício das novas funções de comércio exterior que se vislumbravam com a abertura comercial. As empresas ressentiam-se de pessoal com uma formação mais eclética de modo a integrar estrategicamente a área produtiva com a de comércio exterior. Com a orientação de abertura comercial externa, as exportações, por exemplo, deixavam de ser observadas como uma atividade de extensão as vendas no mercado doméstico. O conteúdo contido nas teorias de crescimento das firmas, o posicionamento das empresas em mercados nacionais interdependentes, a aplicação da teoria de jogos ao ambiente competitivo das empresas, a idéia de mercados contingentes originados pelos acordos de integração entre países foram sendo privilegiados pela ECEX.</p> <p>O resultado tem sido surpreendente. Desde aquela época o curso conta com uma turma noturna anual e, dependendo da demanda, também de turma aos sábados. A Pós-graduação em Comércio Exterior do Instituto de Economia da UFRJ aplica também sua estrutura <i>in company</i></p>
<p><b>7. Coordenação</b></p>	<p>Prof. Edson Peterli Guimarães prof. (Associado) desde o ano de 1992.</p> <p>Formação Acadêmica</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Doutorado: Doutor pelo Instituto de Economia Industrial (IEI) da UFRJ. Área de concentração: Organização Industrial e Economia da Tecnologia.</li> <li>✓ Mestrado: Mestre pelo Programa Integrado de Mestrado em Economia e Sociologia (PIMES) da Universidade Federal de Pernambuco, Área de concentração: Economia Aplicada.</li> <li>✓ Superior: Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).</li> </ul> <p>Atividades Profissionais</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Consultor adhoc das Nações Unidas/CEPAL para assuntos relativos a América Latina e processos de integração entre países.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Professor do Instituto de Economia e do Mestrado em Ciências Contábeis da UFRJ.</li> <li>✓ Consultor para assuntos educacionais na implementação de cursos de pós-graduação: mestrado de Negócios Internacionais da Universidade Estácio de Sá e da Pós-graduação lato sensu em Comércio Exterior da Universidade Federal do Espírito Santo.</li> <li>✓ Coordenador/ Consultor do curso: Agribusiness e Comércio Exterior, da Associação Nacional de Agricultura.</li> <li>✓ Foi durante 10 anos economista da Fundação Centro de Estudos em Comércio Exterior (FUNCEX) coordenando diversas pesquisas na área de Política Comercial Externa.</li> </ul> <p>Autor de vários artigos e capítulos em livros e revistas especializadas nacionais e estrangeiras.</p>
<p><b>8. Carga Horária</b></p>	<p>Carga horária total em sala de aula: 420hs/aula</p> <p>Distribuição estimada de horas ligadas ao curso:</p> <p>Atividades práticas; 65 hs/aula - Atividades individuais: 420 hs/aula</p> <p>Em grupo em sala de aula: 360 hs/aula - Fora de sala de aula: 80hs/aula (exercícios, leitura e elaboração de monografia de conclusão do curso)</p>
<p><b>9. Período e Periodicidade</b></p>	<p>Período de duração do curso: 13 meses de aula presencial mais 5 meses de elaboração de monografia (semi-presencial).</p>
<p><b>10. Corpo Docente</b></p>	<p><b>Professores Efetivos - UFRJ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Andre Modenesi – Doutor em Economia pelo ie/UFRJ (amodenesi@gmail.com)</li> <li>• Angélica Dias - Mestre em Tecnologia da Informação pelo NCE/UFRJ (angelica@nce.ufrj.br)</li> <li>• Ary Barradas - Doutor em Engenharia de Produção pela COPPE/UFRJ (ary@ie.ufrj.br)</li> <li>• Edson P. Guimarães - Doutor em Economia pelo IE/UFRJ (peterli@terra.com)</li> <li>• Fernando Carlos de C. Lima - Doutor em Economia pela Universidade de Wales(fclima@alternex.com)</li> <li>• Geraldo Nunes - Doutor em Comunicação pela ECO/UFRJ (geraldonunes@facc.ufrj)</li> <li>• Helson Braga - Doutor em Economia pela Universidade de Chicago (hbraga@fgv)"</li> <li>• Luís Carlos Prado - Doutor em Economia pela Universidade de Londres</li> <li>• Luis Felipe - Doutor em Engenharia pela COPPE/UFRJ</li> <li>• Nelson Chalfun - Doutorando em Economia pelo IE/ UFRJ</li> <li>• Paulo Tigre - Doutor em Ciência Política e da Tecnologia pela Universidade de Sussex (paulotigre@uol.com)</li> <li>• Reinaldo Gonçalves - Doutor pela Universidade de Reading (rgoncalves@alternex.com)</li> </ul>

- Ronaldo Fiani - Doutor em Economia pela UFRJ.
- Tulio Arvelo Durán - Doutor em Economia pela Universidade de Chicago
- Victor Prochnik - Doutor pela COPPE/UFRJ (victor@ie.ufrj)

#### **Professores Colaboradores**

- Alessandro Pinheiro - Doutor pela UFRJ, Pesquisador IBGE, (alessandropinheiro@ie.ufrj.br)
- Eduardo Baptista - Doutorando pela COPPE/UFRJ (ebaptista@innovatio.com)
- Fatima Berardinelli - Doutora em Direito pela UERJ. Ex-Coordenadora Geral da SECEX.
- Joel Miranda - Chefe do Deptº de Câmbio do Banco de la Nación Argentina (joelpat@connection.com)
- José Manuel Maldonado - Doutor em Engenharia de Produção pela COPPE/UFRJ - Pesquisador do MINT (josemanu@iis.com)
- Lia Valls - Doutora em Economia pelo IE/UFRJ - Chefe do CEEG/FGV - Prof. da UERJ (liavalls@fgv)
- Marta Skinner - Mestre em relações Internacionais pela UCAM. (mskinner@terra.com)
- Patricia Loaiza Calderón doutora em Educação pela Unigranrio (patricialc@hotmail.com)
- Shirley Yurica Atsumi - Mestre em ADM pela UNESA,
- Valderez Fraga - Doutora em Educação - organização e gestão - pela UFRJ - Consultora de empresas (valorerh@centroin.com)

### **11. Metodologia**

O curso é baseado em aulas expositivas. Não obstante, quando o tema assim o exigir, são utilizados estudos de caso e execução de exercícios. Espera-se a participação ativa dos alunos, tanto na preparação prévia, quanto na leitura antecipada do material didático, possibilitando uma proveitosa discussão em sala de aula. Os recursos utilizados são: sala de aula, quadro negro, giz e datashow, ou assemelhados.

Cada aluno recebe senha exclusiva para acesso a intranet dedicada ao curso onde encontram-se notícias, material didático, notas, provas, seus trabalhos e demais informes.

### **12. Interdisciplinaridade**

Ciências Sociais e Ciências Exatas.

### **13. Atividades Complementares**

Atividades extracurriculares:

Visita a empresas e a Instituições oficiais e privadas ligadas ao comércio exterior brasileiro.

Elaboração de projetos:

O ECEX mantém a publicação: Caderno de Estudos em Comércio Exterior

INSS: 14137976

Editor: Edson Peterli Guimarães

#### 14. Tecnologia

A ECEX conta com uma intranet que é de utilização dos alunos. Esse intranet permite que o aluno estabeleça comunicação direta com a coordenação e a secretaria da ECEX nos aspectos relativos ao conteúdo das aulas e recebam informes relevantes fornecidos pela coordenação da ECEX. De igual modo, o corpo docente a utiliza para comunicação geral e particular com seus alunos. Nele o aluno encontra informações relativas ao seu desempenho no curso, como frequência e as avaliações de suas disciplinas. O acesso a intranet é estabelecido por senha associada ao nome ou apelido do usuário-aluno. Qualquer demanda relativa a funcionalidade operacional do curso poderá ser contemplada também por esse meio de comunicação.

Conta também com home-page <http://www.ecex.ie.ufrj.br> onde estão disponibilizadas informações gerais sobre a Pós-Graduação em Comércio Exterior (ECEX) da UFRJ.

#### 15. Infra-Estrutura Física

A sede do curso está localizada no Prédio de Economia, sala 132 - Campus da Praia Vermelha da UFRJ - Urca, Rio de Janeiro. As salas de aula onde se ministram o curso contam com recursos multimídia, cadeiras apropriadas e quadro-negro (fundo branco). O Campus tem estacionamento próprio para os alunos e professores. Os alunos são cadastrados na Biblioteca Eugenio Gudín localizada no próprio Prédio de Economia, onde os alunos contam com um amplo acervo bibliográfico.

#### 16. Sistemas de Avaliação

As disciplinas são avaliadas pelos professores respectivos que ao final de seu segmento informam a nota obtida pelo aluno e a secretária do curso faz chegar ao aluno através da divulgação pela intranet do ECEX.

Assim, as notas são individualizadas para cada aluno e só ele fica sabendo da sua avaliação na disciplina particular. Os critérios de avaliação do curso bem como o seu regulamento estarão de acordo com o regimento dos cursos de pós-graduação, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, conforme a Resolução CEPG 05/01, que dispõe sobre a criação, organização, regime didático e atividades acadêmicas dos Cursos de Pós-Graduação da UFRJ.

Frequência mínima global: 75% .Frequência mínima em cada disciplina: 50%

A avaliação final do aproveitamento em cada disciplina é expressa em conceitos simbolizados por letras que preenchem o intervalo de zero a dez, de acordo com o seguinte critério:

A (10 - 8,5); B (8,4 -7,0); C<7,0-50 e D<4,9

Para obtenção do menor conceito de aprovação (C) é necessário que o aluno demonstre conhecimentos mínimos equivalentes a 50% dos conteúdos exigidos na avaliação correspondente.

Os conceitos parciais e finais de cada disciplina são atribuídos pelos professores responsáveis, em caráter definitivo. O aluno tem até 48 horas após a divulgação das notas pela coordenação da ECEX para solicitar revisão ou uma segunda chamada, formalizada com abertura de processo, que será concedida em concordância ao regulamento da UFRJ ou a critério do respectivo professor da disciplina.

Tendo o total de créditos das disciplinas curriculares completados pelo aluno, ele receberá um certificado de conclusão do curso com todos os direitos regulamentados pela Lei de Diretrizes e Bases do MEC.

<b>17. Controle de Freqüência</b>	A Freqüência é apurada de forma tradicional: exigência mínima de 75% de presença total e 50% nas disciplinas através da assinatura na pauta de freqüência.
<b>18. Trabalho de Conclusão</b>	Compõe a disciplina Metodologia Científica a elaboração de um projeto de monografia de final de curso que o aluno irá desenvolver nos últimos 3 meses, após as aulas presenciais, contando com a orientação de um prof. do ECEX. Ao final, no intervalo de mais três meses, seu trabalho é avaliado/discutido por dois professores além do orientador, sendo, então, conferido uma avaliação final nos moldes das disciplinas curriculares.
<b>19. Certificação</b>	Quem fornece o certificado ao aluno é a UFRJ, assinado pelo Reitor. Somente recebe o certificado quem concluir todos os créditos requeridos para conclusão do curso. Os que concluem os créditos das aulas presenciais somente recebem um certificado de participação, assinado pelo Diretor do IE/UFRJ e o Coordenador do ECEX.
<b>20. Indicadores de Desempenho</b>	<p>Indicadores fixados para avaliação global do programa de pós-graduação:</p> <p>Número de alunos a serem formados: 90%</p> <p>Índice médio de evasão admitido: 10%</p> <p>Média de desempenho dos alunos: média 7(sete)</p> <p>Grau de aceitação dos egressos e outros: 10%</p>
<b>21. Relatório Circunstanciado</b>	<p>A idéia central do curso é proporcionar embasamento teórico e instrumental para que nossos alunos possam exercer o controle do canal de comercialização externa. Essa é a matriz teórica e diretriz basilar. Ela é tão forte que o conteúdo programático no qual se apóia a estrutura didática pedagógica da ECEX recebe sua assinatura.</p> <p>A fortaleza dessa diretriz reside no fato de que um processo de comercialização externa não se resume, ou finaliza, na aquisição ou entrega do produto ao importador. O comércio exterior é um círculo virtuoso que vai desde a existência e possibilidade de modificar os recursos domésticos e, portanto alterar as vantagens competitivas das empresas até a utilização de argumentos dirigidos a satisfação do consumidor estrangeiro, no caso das exportações, ou consumidor nacional, no caso das importações.</p> <p>São temas abordados no curso sob um ponto de vista holístico: a escolha do método de comercialização, o contexto internacional nos quais os negócios são efetivados, a diversidade cultural que o comércio internacional evoca, o papel do atacadista internacional, a política cambial, o papel dos bancos e dos governos, a logística de distribuição e armazenamento dos produtos nos mercados nacionais, as necessidades de adaptações no produto e na produção em linha para competir internacionalmente, a organização das empresas,</p> <p>Assim, a matriz teórica e prática do curso permaneceram a mesma durante esses anos. Ela se coadunou harmonicamente com outros programas de apoio ao comércio exterior brasileiro que foram surgindo no âmbito das políticas governamentais das modernas formas de gestão empresarial..</p> <p>Enfatizamos que o comércio exterior deve ser naturalmente expandido através do controle, pelos agentes nacionais, das variáveis que compõem o canal de comercialização externa. Quanto maior a intimidade e conhecimento que os agentes tenham com o canal de comercialização externa mais fácil ficam penetrar, manter e ampliar</p>



as exportações de modo auto-sustentável. Importar e exportar procurando exercer o controle das etapas por onde passa a mercadoria até chegar ao consumidor final resulta em maiores salários, melhor distribuição de renda, crescimento econômico e bem-estar social. Quem especifica o produto, determina o preço, controla a qualidade e distribuição leva a maior parte dos ganhos derivados da atividade comercial externa.

Todas as alterações são abalizadas por estudos efetuados pelo corpo docente e equilibradas em um total mínimo atualmente de 420 hs/aula. Procuramos mostrar que para uma grande maioria de setores a competição no mercado internacional se baseia em vantagens comparativas dinâmicas ou absolutas: quem lança novos produtos ou aprimora os antigos continuamente, e o faz encurtando o tempo entre a produção e o consumo final, obtém facilidades no exercício do controle do canal de comercialização externa.

A utilização do canal de comercialização externa como diretriz subordinada aos aspectos relacionados acima nos permite atualizar o estudo sobre o comércio exterior brasileiro continuamente. Assim, o que vem se modificando na estrutura curricular da ECEX é a ênfase sobre as variáveis de controle do canal externo de comercialização. No início da década a ênfase foi centrada nos acordos de integração entre países, com destaque para o Mercosul, Nafta e União Européia. Em meados dos anos 90, na utilização da Internet como instrumento para busca de mercados e de negócios internacionais e na Intranet como mecanismo de fortalecimento de força competitiva para a empresa. Ao final dos anos 90 a ênfase recaiu na diversidade cultural com a idéia central de que no comércio exterior o melhor negócio não necessariamente é feito entre culturas semelhantes, a despeito dos processos de integração entre países e da difusão da informação pela Internet.

A partir do ano 2000, as questões relacionadas às formas originais de organização entre empresas -clusters industriais- e as políticas públicas voltadas para o comércio exterior foram introduzidas para serem enfaticamente abordadas. Vários estudos demonstraram que em outros países a disposição regional de empresas com ponderações entre suas rivalidades e o sentido de cooperação entre elas constituíam forças competitivas superiores as existentes em grandes empresas isoladas. Neste contexto, a ênfase nas formas de organização das empresas - clusters industriais/ cadelas globais - e a distinção delas pelo tamanho passam a ter importância para as políticas públicas de cunho setorial ou regional.

Sob certas condições históricas, os vínculos que se estabelecem entre empresas regionais e os demandantes internacionais podem ampliar espaços culturais para absorver e ao mesmo tempo lançar certos valores, costumes e comportamentos estabelecidos, consolidando uma identidade na região voltada para o mercado internacional. Através de um processo de aprendizado tácito e codificado compartilhado entre empresas com objetivos comuns podem-se originar forças competitivas que se perpetuam no mercado doméstico e passam a ser reconhecidas internacionalmente. É nesse ambiente competitivo que se definem quais produtos/valores serão, ou não, internacionalizados e qual a melhor opção estratégica de atuação internacional. Essas questões devem ser continuamente refletidas e nada melhor que a Universidade para contribuir com essa reflexão.

## 22. Conteúdo Programático

ESTRUTURA CURRICULAR	Créditos	Horas/aula
I – Nivelamento	4	60
Introdução ao Comércio Exterior	2	30
Métodos Quantitativos	1	15
Tecnologia da Informação	1	15
II – Formação Básica	6	90
Promoção Comercial e Sistemática do Comércio Exterior	2	30
Planejamento Estratégico do Comércio Exterior	1	15
Aspectos Jurídicos do Comércio Exterior Brasileiro I	1	15
Aspectos Jurídicos do Comércio Exterior Brasileiro II	1	15
Teorias de Comércio Internacional	1	15
III – Formação Especializada	9	135
Macroeconomia Aberta e Política Cambial	2	30
Marketing Internacional	1	15
Capacitação Intracultural no Comércio Exterior	1	15
Sistema Financeiro Internacional	2	30
Política de Comercialização Externa	2	30
Gerência Financeira	1	15
IV – Especialização Estratégica	9	135
Contexto Internacional	1	15
Estratégias Competitivas de Países e Empresas	2	30
Logística Internacional	2	30
Metodologia de Pesquisa e Desenvolvimento de Competências	4	60
TOTAL	28	420

Faz parte da estrutura curricular um conjunto de palestras distribuídas entre as disciplinas e a elaboração da monografia de final de curso orientada por um professor da ECEX.

## 23. EMENTAS DAS DISCIPLINAS

### INTRODUÇÃO AO COMÉRCIO EXTERIOR.

Objetivo: dotar o aluno de referencial teórico relacionado as atividades de comércio exterior.

Prof.

#### 1. Comercialização Externa

Estrutura do comércio exterior brasileiro

Aspectos comportamentais

Aspectos técnicos da atividade exportadora

Aspectos administrativos na importação

Operações Cambiais

O papel dos bancos no comércio exterior

Formas de pagamento/recebimento

O canal de comercialização externa e seus elementos

#### **Bibliografia**

Garcia, L.M. Exportar: rotinas, procedimentos e formação de preços: Aduaneiras, RJ.

Minervini, M. O Exportador, 1998, SP.

Guimarães, E.P. Avaliação Retrospectiva da Política de Promoção às Exportações no Brasil, Cadernos de Estudos em Comércio Exterior, nº 1, vol. 3, ie/UFRJ, 1996.

\_\_\_\_\_ Uma Política de Comércio Exterior Estruturante para o Caso Brasileiro, mineo, Ed. ie/UFRJ, 2001.

Labatut, E.N. Teoria e Prática de Comércio Exterior: Aduaneiras, RJ.

BANESPA: Manual Básico do Exportador.

Portaria SCE, nº2/92 e outras

---

### MÉTODOS QUANTITATIVOS

Objetivo: apresentar conceitos básicos de métodos quantitativos para prover o aluno de instrumental adequado as atividades relacionadas com o comércio exterior

#### 1. Dados de Comércio Exterior

Fontes de dados

Balanço de pagamentos

Séries de dados para o Brasil

Análise da evolução das séries

Dados nominais e reais

Índices de preços e de quantidades

Taxas de variação

Taxa de câmbio

Câmbio real e câmbio efetivo

Efeitos da variação cambial sobre o comércio exterior

## 2. Análise de Dados

Medidas de tendência central

Medidas de dispersão

Diagrama de freqüência

Histograma

Distribuição de probabilidade

Variáveis dependentes e independentes

Covariância e correlação

## 3. Relação Linear entre Variáveis

Regressão linear simples

Regressão linear múltipla

Análise da regressão

Aplicações aos dados de comércio exterior

### **Bibliografia**

HOFFMANN, R. Estatística para Economistas : Pioneira, SP, 1980

WONNACOTT, R. e WONNACOTT Econometria : Livro Técnico, RJ, 1976

---

## **GESTÃO DA INFORMAÇÃO EM COMÉRCIO EXTERIOR**

Objetivo: Fornecer aos alunos a praticidade das tecnologias de informação disponível a condução dos negócios internacionais e atividades correlatas.

### 1. Economia da Informação

Bens de Informação.

Gestão do Capital Intelectual.

Mercado de Bens de Informação.

Aprisionamento e Custos de Troca.

Externalidades de Rede e Feedback Positivo.

Sistemas e Padrões.

Diferenciação e Discriminação de Preços

### 2. Gestão Tecnológica.

Inovação Tecnológica.

Fatores para Inovação.

Gerência de Tecnologia.

Meios para Obtenção de Inovações.

P&D, Licenciamento, Cooperação etc.

### 3. Comércio Eletrônico

Business to Business.

Business to Consumer.

Peer to Peer.

Desintermediação.

Estudo de Casos: eBay, Paypal

### **Bibliografia**

BELL, D (1994).- The coming of post-Industrial Society. New York: Basic Books

BARAN, N. (1995), Desvendando a Superestrada da Informação; RJ : Campus,

CASTON, Art. Mudança de Paradigma; SP : Makron Books do Brasil, 1995

CRONIN, Mary J. Fazendo Business via Internet; SP : Érika Ed., 1995

ELLSWORTH, Jill H. e ELLSWORTH, Matthew V. Guia de Negócios na Internet; SP : Berkeley Brasil, 1995

HAMMER, M. e CHAMPY, J. Reengenharia Revolucionando a Empresa: em função dos clientes, da concorrência e das grandes mudanças da gerência; RJ : Campus, 1994

KRUGMAN (1999) O mecanismo de preço dinâmico, O Globo.

OLIVEIRA, A. (1994) O Valor da Informação. In Dossier Informação. Revista Pequena e Média Empresa, nº12-3ª Série

---

## **MACROECONOMIA ABERTA E POLÍTICA CAMBIAL**

Objetivo: Apresentar os fundamentos de macroeconomia para o entendimento adequado pelos alunos das formulações de políticas econômicas e para previsibilidade das mudanças no contexto internacional.

### 1. Conceitos Básicos e Identidades Macroeconômicas

O campo de estudo da Macroeconomia

O Fluxo Circular da Renda

Noções de Contabilidade Social.

Trabalhando com as Identidades Contábeis

Uma Visão Geral das Contas Nacionais no Brasil

A Contabilidade Social Real: Índices de Preços

Balanço de Pagamentos

As Comparações Internacionais dos Produtos Nacionais

### 2. A Determinação do Produto na Economia

O Multiplicador Keynesiano

Introduzindo o Mercado da Moeda

O Papel das Políticas Monetárias e Fiscais.

### 3. Políticas Cambiais

Os Regimes de Câmbio Fixo e Flexível.

Os Movimentos de Capitais nos Regimes Cambiais



Limitações das Políticas Domésticas nos regimes Cambiais.  
Políticas Cambiais e Políticas de Estabilização.  
Efeito Contágio e as Crises dos Mercados Emergentes.  
4.Tópicos sobre os Acordos de Integração  
Principais Aspectos da Teoria de Integração Econômica  
O Regionalismo e o Multilateralismo:  
A Perspectiva dos Estados Unidos e dos Países da América Latina.  
As negociações regionais e multilaterais, como estratégia de desenvolvimento.  
O quadro Geral dos Acordos na América Latina e as negociações para a integração sul-americana.  
Mercosul: Antecedentes Evolução e Perspectivas.  
O Papel do Mercosul na Estratégia de Integração Brasileira.  
Alca: Antecedentes Evolução e Perspectivas.  
Acordo Mercosul e União Européia: Evolução e Perspectivas.  
Os riscos e oportunidades do ponto de vista brasileiro.

### **Bibliografia**

André Franco Monteiro Filho, Contabilidade Social, Ed. USP.  
Balze, F. El Futuro del Mercosur: Entre La Retórica y El Realismo. CARI/Buenos Aires, disponível através do NPRI/USP.  
Lia Valls, Mercosul y Alca; principales temas de debate”, Contribuicones , ano XVIII, nº4 (72), out-dez 2001, pp69/88. Konrad-Adenauer  
\_\_\_\_\_ “Análise do Potencial de Relações Econômicas entre o Mercosul e o Grupo Andino”, R.Baumann (coord.), Mercosul: Avanços e Desafios da Integração, Editora do IPEA, Brasília, 2001.  
\_\_\_\_\_ “La Coordinated des politiques macroéconomiques dans le Mercosur”, A.Valadão e outros (coord.) Vers un Accord entre L’Europe et Le Mercosur, Presses de Sciences Po, França, 2001.  
Textos a serem distribuídos.

---

## **CONTEXTO INTERNACIONAL**

Objetivo: Dotar o aluno de uma visão adequada das relações internacionais e o posicionamento estratégico do mundo empresarial e governamental na contextualização dessas relações.

Fundamentos Analíticos

Níveis de Análise: Sistêmico, Estado-nação e Decisório.

Nascimento do Sistema de Estados Moderno.

Conceitos e Definições: Hegemonia e Império.

Contexto Internacional 1943-1949

Formação da Hegemonia Americana.

Bretton Woods, Carta de Havana e Novo Regime do Petróleo.

Acordos Interaliados de Yalta e Potsdam.

Bipolaridade EUA-URSS e a Escalada da Guerra Fria.

Dependência da Europa e do Japão aos EUA. Plano Marshall.

Contexto Internacional 1953-1963

Degelo, Tensão e Coexistência nas Relações Leste-Oeste.

Regionalização Européia e a Questão de Berlim. A Crise dos Mísseis em Cuba. Ascensão dos EUA como Potência Hegemônica no Mundo Capitalista e a Expansão Econômica da Europa Ocidental e do Japão.

Contexto Internacional 1968-1973

Fim dos Anos Dourados e Détente entre EUA e URSS. A Rivalidade Sino-Soviética e a Diplomacia Triangular de Nixon e Kissinger.

Crises Políticas nos EUA: Direitos Civis, Guerra do Vietnã e Watergate. Colapso do Regime de Bretton Woods. Novo Regime do Petróleo em 1974 e as relações Norte-Sul.

Contexto Internacional 1979-1982

Crises nas Relações Internacionais e a Reação Hegemônica dos Estados Unidos.

Diversidade de Atores, Papel Político dos Atores Transnacionais e Limites Estratégicos.

Dólar como Instrumento de Poder Hegemônico.

Aliança entre Governos Neoliberais dos EUA e da Grã-Bretanha. Consenso de Washington.

Revolução Fundamentalista no Irã, Invasão do Afeganistão e a Segunda Guerra Fria.

Contexto Internacional 1989-1992

Reformas na URSS e o Fim da Segunda Guerra Fria. O Colapso da URSS.

Guerra do Golfo e Afirmação de uma Ordem Unipolar.

Expansão Econômica Chinesa e Início da Estagnação Econômica Japonesa.

Contexto Internacional 1995-1999

Retomada do Crescimento Econômico Americano nos anos 90.

Política Comercial dos EUA frente à União Européia e ao Japão. Da Política 'Contencionista' à Política 'Expansionista' do Governo Clinton.

Papel das Instituições Internacionais na Solução de Conflitos (G-8, OMC, FMI/BIRD, ONU e OTAN).

Contexto Internacional 2000-2002

Eleição de George W. Bush e as Mudanças na Política Externa Americana.

Atentados de 11 de Setembro de 2001 e seus Efeitos.

Geopolítica da Ásia Central, do Oriente Médio e da Ásia-Pacífico.

### **Bibliografia Básica**

Chomsky, Noam (2002) Onze de Setembro (Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil).

Fiori, José Luís & Tavares, Maria da Conceição (orgs.) (1998) Poder e Dinheiro: Uma Economia Política da Globalização (Petrópolis: Editora Vozes, pp. 27-147).

Kennedy, Paul (2002) "A Manutenção do Poder Americano: da ferida à recuperação", in Strobe Talbott & Nayan Chanda (org.) A Era do Terror (Rio de Janeiro: Editora Campus, pp. 67-91).

Lessa, Carlos et alli (2002) Depois do Atentado (Rio de Janeiro: Editora Garamond).

Ribas, Vanderlei Teles (2000) Hegemonia e Império: Trajetória dos Estados Unidos na Segunda Metade do Século XX. Dissertação (Doutorado em Economia) – Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2000.

---

## **GERÊNCIA FINANCEIRA**

Objetivo: aplicação dos conceitos básicos de engenharia financeira nas tratativas relacionadas aos negócios de comércio exterior

### 1 - Introdução

- Estrutura da engenharia financeira

### 2 - A evolução dos mercados financeiros internacionais

- O Brasil e os mercados financeiros internacionais

- O papel das taxas de juros

- O papel das taxas de câmbio

- O funcionamento e principais centros financeiros

- Operações e mecanismos de controle

- Mercado cambial brasileiro (funcionamento, restrições e controles)

### 3- Mercado de câmbio no Brasil

- estrutura do mercado, seus agentes e funcionamento

- regime cambial brasileiro

- subdivisões do mercado de câmbio (taxas livres, taxas flutuantes, paralelo, manual, sacado, primário, interbancário, à vista, a termo)

### 4 - Teoria das Operações de Câmbio

- Conceitos básicos

- Compensação de moeda

- Arbitragem de moeda

### 5 – Mercado de câmbio – spot e futuro

### 6 – Formação de taxa de câmbio

## **Bibliografia**

Bodie, Z. M. Merton, R. Finanças; Bookman – 1999

Fonseca, M. Engenharia Financeira; Cadernos de Estudos nº6 : ECEX/UFRJ, 1993

Fortuna, Eduardo. Livraria FGV – 1999

Grable, J.O. International Financial Markets; NY : Elsevier, 1986

Hull, J. Introdução aos Mercados Futuros e de Opções – Cultura Editores Associados – 1999

Neto, L.A.S. – Opções – Editora Atlas - 1996

Simon, C.P. Mathematics for Economists; W.W. Norton & Company, Inc. – 1994

## TEORIAS DE COMÉRCIO INTERNACIONAL

Objetivo: apresentar aos alunos os fundamentos das trocas internacionais e seus efeitos nas economias domésticas.

### 1. Conceitos Básicos

Importância dos mercados

Vantagens absolutas

Vantagens comparativas

### 2. Novas Teorias de Comércio

Deterioração dos termos de intercâmbio

Tecnologia e comércio exterior

### 3. Vantagens Competitivas

Noções básicas de comércio internacional

Comércio livre versus administrado

O comércio exterior e a política industrial

Os blocos regionais: Mercosul, Nafta, UE, Asean, ALCA

### 4. O Caso Brasileiro

#### **Bibliografia**

BHAGWATI, J. O Aumento do Protecionismo; Economic Impact, nº67, 1980

DORNBUSH, R. Los Costos y Benefices de la Integración Económica Regional; Integración Latina Americana, ano 11, nº113, jun 1986

GIACOMON, E.M. Las Exportaciones como Factor de Attaste de Desarrollo Industrial: la experiencia del sudeste de Asia y sus ensenanzas por Mexico; Comércio Exterior nº4 vol.38, México, abril 1988

GUIMARÃES, E.P. Componente Tecnológico Comparativo das Exportações ao Mercosul e ao Resto do Mundo in MERCOSUL: Avanços e desafios da integração, org. Renato Baumann, IPEA/CEPAL, BSB, janeiro, 2001.

\_\_\_\_\_Competitividade Internacional e Política Comercial Externa: a experiência brasileira nos anos 80 e início dos anos 90. Serie documentos nº 24, Ed. ie/UFRJ, RJ, 1996.

\_\_\_\_\_Compras Governamentais dos Estados Unidos, do Canadá e da União Européia: uma avaliação exploratória in A ALCA e o Brasil, org. Renato Baumann, IPEA/CEPAL, BSB, 2003.

\_\_\_\_\_Política Brasileira de Exportação para as Pequenas e Médias Empresas in O Desafio das Exportações, orgs. Pinheiro, A. C., BNDES, 2002.

KATZ, K. Câmbio Tecnológico, Importación de Tecnologia , Aprendizage y Industrialización Dependiente : Fundo de Cultura, México, 1976.

KRUGMAN, P. Geography and Trade : Leuven University Press and MIT Press, 1991

\_\_\_\_\_International Economics, Teory and Policy : Harper Collins College Publishers, 1994

## SISTEMA FINANCEIRO INTERNACIONAL

Objetivo: fornecer aos alunos instrumentos teóricos e práticos dos elementos financeiros disponíveis as trocas internacionais.

### 1. Estrutura Financeira

Instrumentos financeiros

Mercados financeiros

### 2. Formas de Financiamento e o Papel da Intermediação Financeira

Classificação das unidades econômicas

Formas de financiamento

Intermediação financeira, poupança e investimento.

O papel da intermediação financeira

Vantagens da intermediação financeira

Informação assimétrica entre os bancos e seus depositantes

Bancos versus mercados de K

### 3. Operações e Riscos Bancários

O balanço de uma instituição bancária

Operações fora do balanço (off balance sheet)

Riscos da atividade bancária

### 4. Atividades Internacionais dos Bancos

Aspectos gerais da internacionalização das instituições financeiras

Expansão dos empréstimos internacionais

Bancos como empresas multinacionais

### 5. Regulação Bancária Internacional

Razões da regulação bancária nacional

A regulação bancária internacional

O debate atual

### 6. Regime Cambial Brasileiro

Intervenção do Banco Central

Monitoramento do Câmbio

### 7. Mercado de Câmbio Brasileiro

Estrutura e Subdivisões

Posição de Câmbio

### 8. Contrato de Câmbio

Tipos e definições

### 9. Fluxos Internacionais de Mercadorias

Exportação

Importação



Arrendamento

10. Fluxos Internacionais de Rendas e Capitais

Empréstimo

Investimento

### **Bibliografia**

BAER, Mônica. A Internacionalização Financeira no Brasil : Vozes, 1986

CANALS, Jordi. Universal Banking: international comparisons and theoretical perspectives : Oxford UP, 1997

EDWARDS, Franklin R. The New Finance: regulation and financial stability: The AEI Press, 1996

FREIXAS, Xavier e ROCHET, Jean-Charles. Microeconomics of Banking : The MIT Press, 1997

HERRING, Richard J. e LITAN, Robert E. Financial Regulation in the Global Economy : The Brookings Institution, 1995

HUERTAS, Thomas F. US Multinational Banking: history and prospects in JONES, G. (ed.) Banks as Multinationals : Routledge, 1990

MISHKIN, Frederic S. The Economics of Money, Banking and Financial Markets, 3rd ed. : HarpCollins, 1993

WHITE, William R. International Agreements in the Area of Banking and Finance: accomplishments and outstanding issues; BIS Working Paper nº38; Basle : Bank of International Payments, 1996

---

## PROMOÇÃO COMERCIAL E SISTEMÁTICA DE COMÉRCIO EXTERIOR

Objetivo: Dotar os alunos de informações adequadas à processualística do comércio exterior brasileiro.

Promoção Comercial Externa Brasileira

Conceituação

Órgãos intervenientes

Habilitação as Operações de Exportação e Importação

Cadastramento

Credenciamento

Siscomex

Termos Internacionais de Comércio e Transporte

Acordos Internacionais

OMC

Defesa Comercial

Valoração Aduaneira

Nomenclaturas de Comércio Exterior

Regras de Classificação

Nbm/Sh  
Ncm/Sh  
Naladi/Sh  
N.V.E.  
Tratamento Administrativo  
Importação  
Exportação  
Principais Aspectos Tributários (Incidência / Fato Gerador / Base De Cálculo)  
Imposto de Exportação  
Imposto de Importação  
Imposto sobre Produtos Industrializados  
Icms  
Outras Taxas  
Formação de Preços na Exportação e na Importação  
Componentes Diretos e Indiretos  
Montagem da Planilha em Excel de formação de preços  
Moeda de registro dos itens e moeda contábil (escrituração)  
Valores em reais e em outras moedas  
Consideração do overhead e do mark-up  
Problemas da confrontação de real e orçado  
Estudo de casos  
Tributação das importações e das exportações  
    II - IPI - ICMS – ISS - PIS – COFINS  
Imposto de Renda e CSL  
Isenções, Suspensões e Incentivos Fiscais.  
Exportação Direta e Indireta  
Estudo de casos e simulações  
Preços de Transferência e seus aspectos tributários  
Operações entre empresas coligadas e associadas  
Operações com empresas situadas em paraísos fiscais  
Planejamento fisco – financeiro das operações envolvendo preços de transferência  
Estudo de Casos

**Bibliografia:**

CARVALHO, F e GUIMARÃES E. P. Estratégia Tecnológica e Desempenho Exportador in Gerência de Exportação no Brasil; org. Ângela da Rocha; col. COPPEAD nº1: Atlas, SP, 1988

RATTI, B. Comércio Internacional e Câmbio; Aduaneiras, -- 10. ed. – São Paulo : Aduaneiras, 2000.

BIZELLI, J. S. Noções Básicas de Importação; -- 8. ed. – São Paulo : Aduaneiras, 2001.

GARCIA, L.M. Exportar Rotinas e Procedimentos, Incentivos e Formação de Preços, --7. ed. – São Paulo : Aduaneiras, 2001.

CASTRO, J. A. Exportação Aspectos Práticos e Operacionais; --4. ed – São Paulo : Aduaneiras, 2001.

LUNARDI, A. L. Condições Internacionais de Compra e venda; Incoterms 2000; --2. ed – São Paulo : Aduaneiras, 2001.

THORSTENSEN, V. OMC – Organização Mundial do Comércio Internacional e a Nova Rodada de Negociações; coord. Yone Silva Pontes; --2. ed. – São Paulo : Aduaneiras, 2001.

ROCHA, P.C.A. Valoração Aduaneira no Brasil; -- São Paulo: Aduaneiras, 2000.

---

## **METODOLOGIA DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS**

Objetivo: apresentar processos reflexivos para a condução do trabalho monográfico e posturas atraentes ao desenvolvimento das competências adquiridas durante o curso.

### **PROGRAMA**

Natureza e objetivo do trabalho científico

A pesquisa como processo em permanente construção

Metodologia, quadro teórico e construção de hipóteses

A elaboração do projeto de pesquisa

A coleta de dados e a preparação da bibliografia

Técnicas de apresentação do trabalho científico

Obs.Estão previstos trabalhos em sala de aula para o desenvolvimento das competências apreendidas de modo a torná-las efetivamente um ativo durável para os alunos, institutos e empresas envolvidos com a ECEX. Docentes aplicam conceitos, através de abordagem motivacional, sobre o tema comércio exterior enfatizando o nexos existente entre a academia, desenvolvimento pessoal e a aplicação prático-profissional.

### **Bibliografia básica:**

ECO, UMBA/Erto. Como se faz uma tese. Tradução: Gilson César Cardoso de Souza. 17ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2002.

BEAUD, Michel. Arte da tese. Tradução: Glória de Carvalho Lins. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.

FACHIN, Odília. Fundamentos de metodologia. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

FREITAS, Maria Ester de. Viva a tese! Um guia de sobrevivência. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001.

HELD, David/McGREW, Anthony. Prós e contras da globalização. Tradução: Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

HENRY, John. A Revolução Científica e as origens da ciência moderna. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

## PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA AMBIENTE DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Objetivo: Dotar os alunos de instrumentos adequados ao planejamento estratégico relacionado às atividades de comércio exterior.

Conteúdo Programático

Unidade 1.

Sistema de Planejamento

Conceito e histórico

Objetivos do planejamento

Modelos e escolas de planejamento

Níveis do planejamento: plano estratégico corporativo, programas setoriais e linhas de ação estratégicas, projetos, plano operacional

Unidade 2.

Cenários e análise do Ambiente internacional

Ambiente de negócios internacionais: a construção de cenários, os paradigmas e as relações internacionais

Componentes institucionais, político, econômico, social, ambiental e cultural

Empresa e dimensões intra-organizacional, interorganizacional e extra-organizacional do ambiente de negócios

Unidade 3.

Plano de negócios: diagnóstico e metas

Lugar do diagnóstico no plano de negócios

Modelos de diagnóstico

Função do diagnóstico

Fatores locais x fatores globais: extensão e limites

Metas

Unidade 4.

Plano de negócios: a ação estratégica

Objetivos de um projeto

Elaboração de projetos para negócios internacionais

Metodologia de desenvolvimento

Fatores de risco

Indicadores operacionais, de desempenho e de impacto

Sistema de monitoria e avaliação

### **Bibliografia**

ANSOFF, H. I. et alii. Do planejamento estratégico à administração estratégica. São Paulo: Atlas, 1990, 271p.

ANSOFF, H. I. & MCDONNELL, E. Implantando a administração estratégica. São Paulo: Atlas, 1993, 590p.

BETHLEM, A. Política e estratégia de empresas. Rio de Janeiro: Guanabara, 1981. 236p.

BETHLEM, A. Estratégia empresarial. Conceitos, processo e administração estratégica. São Paulo: Atlas, 1998. 407p.

CABRAL, L. Economia industrial. Portugal: McGRAW-HILL, 1994.

CARLTON, D. & PERLOFF, J. Modern industrial organization. USA: Addison-Wesley, 1999.

CAVES, R. Estrutura industrial americana. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

---

## POLÍTICA DE COMERCIALIZAÇÃO EXTERNA

Objetivo: apresentar os elementos de formulação política de promoção comercial e suas influências nas variáveis domésticas.

### 1. Comércio e Globalização Econômica

Definição

Determinantes

Globalização, comércio e vulnerabilidade externa: o caso brasileiro.

### 2. Comércio internacional

Resenha da teoria

Política comercial

O Brasil e o sistema mundial de comércio

### 3. Comércio e Investimento Externo

Teoria moderna da internacionalização da produção

Empresas transnacionais, fusões e aquisições.

Desnacionalização e comércio exterior brasileiro

### 4. Macrocenários Globais

Incertezas críticas

Economia mundial: cenários 2001-2010

O futuro da economia mundial e o Brasil

### 5. Organismos Internacionais

Constituição da OMU.

FMI

UNCTAD

Banco Mundial

OCDE

OMC

BID



## **Bibliografia:**

Nos trabalhos mencionados abaixo se encontra listas bibliográficas extensas e atualizados sobre as relações econômicas internacionais:

Reinaldo Gonçalves. Vagão descarrilhado: O Brasil e o futuro da economia global, Rio de Janeiro, Ed. Record, 2002.

\_\_\_\_\_O Brasil e o Comércio Internacional. Transformações e Perspectivas, São Paulo, Ed. Contexto, 2000;

\_\_\_\_\_A Nova Economia Internacional, Rio de Janeiro, Ed. Campus, 1998.

\_\_\_\_\_Globalização e desnacionalização, São Paulo, Ed. Paz e Terra, 1998.

---

## ASPECTOS JURÍDICOS DO COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO I

Objetivo: apresentar o arcabouço institucional do comércio exterior brasileiro e o campo de atuação do direito internacional para a melhor condução dos negócios internacionais.

### UNIDADE I – Conceitos Jurídicos Estruturais da Atividade

#### 1. O comércio exterior brasileiro: sua estrutura e o Direito

Comércio exterior brasileiro e o Direito

Comércio exterior e comércio internacional

Os órgãos estatais gestores do comércio exterior

Uma visão integrada do comércio exterior brasileiro: suas etapas e o Siscomex

#### 2. Especificidades conceituais do comércio exterior

Comércio e prestação de serviços

Mercadoria e produto

O âmbito de abrangência do comércio exterior brasileiro

Importação e exportação na legislação tributária

Exportação ficta e seu conceito

Reexportação

Reimportação

Bem nacional e bem estrangeiro

### UNIDADE II - Tributos no comércio exterior brasileiro

#### 1. A especificidade da tributação no comércio exterior e extrafiscalidade

Tributos sobre a entrada e saída de bens do território nacional

A fenomenologia da incidência tributária na importação e na exportação

O Lançamento e os despachos aduaneiros de importação e exportação

A Revisão do lançamento e revisão aduaneira: a alteração do lançamento após o desembaraço aduaneiro

Auto de infração

#### 2. A Classificação fiscal de mercadorias e alíquota dos impostos

### 3. Valoração aduaneira

#### 4. Os tributos sobre a entrada de bens no país

Imposto de importação

Imposto de exportação

Imposto sobre produtos industrializados (IPI) vinculados à importação

ICMS vinculado à importação

A contribuição para o PIS/PASEP e a Cofins na importação

A CIDE - Combustíveis

Taxa de utilização do Siscomex

#### 5. Os Regimes aduaneiros suspensivos da exigibilidade dos tributos: os regimes aduaneiros especiais

Admissão temporária

REPETRO - Regime Aduaneiro Especial de Exportação e de Importação de Bens Destinados às Atividades de Pesquisa e de Lavra das Jazidas de Petróleo e de Gás Natural

Trânsito Aduaneiro

Exportação temporária

Drawback

Zona Franca de Manaus

UNIDADE III - Contratos no comércio exterior

#### 1. Aspectos contratuais específicos do comércio exterior brasileiro

Contratos no negócio de comércio exterior brasileiro

Contratos comerciais e civis no comércio exterior

Contratos como causa de importação ou exportação

Formação dos contratos no comércio exterior

Contrato internacional e contratos no comércio exterior: aspectos comuns e distintivos

#### 2. Espécies contratuais no comércio exterior brasileiro

Compra e venda

Locação

Empréstimo

Arrendamento mercantil (Leasing)

Afretamento

O contrato de transporte

International commercial terms - Incoterms

UNIDADE IV - Aspectos do contencioso aduaneiro brasileiro

#### 1. O contribuinte frente à exigência fiscal descabida

Os limites da exigência fiscal no contencioso aduaneiro

A adequada opção pela via de resistência: administrativa ou judicial.

## 2. O Processo Administrativo Tributário Contencioso

O julgamento em primeira instância

O julgamento em segunda instância e instância especial

O Conselho de Contribuintes e seu papel democrático

3. O contencioso aduaneiro e o planejamento tributário

### **Bibliografia**

ARRUDA, Luiz Henrique Barros de. Processo Administrativo Fiscal. São Paulo: Resenha Tributária.1.993

BULGARELLI, Waldirio. Direito Comercial. 13a . São Paulo: Atlas, 1.998.

CAMPOS, Antônio. Comércio Internacional e Importação. São Paulo: Aduaneiras: 1990.

CARRAZZA, Roque Antônio. Curso de Direito Constitucional Tributário. 14a ed. São Paulo: Malheiros, 2.000.

CARVALHO, Paulo de Barros. Curso de Direito Tributário. 10a ed. São Paulo: Saraiva: 1.998.

COELHO, Fábio Ulhoa. Manual de Direito Comercial. 7a ed. São Paulo: Saraiva, 1.996.

COELHO, Sacha Calmon Navarro. Manual de Direito Tributário. Rio de Janeiro: Forense, 2.000.

CARLUCI, José Lence Carluci. Uma Introdução ao Sistema Aduaneiro. São Paulo: Aduaneiras, 1996.

DOLINGER, Jacob. Direito Internacional Privado. 5a . Rio de Janeiro: Renovar, 1.997.

GARCIA, Luiz Martins. Exportar: Rotinas e Procedimentos, Incentivos e Formação de Preços. 5a ed. São Paulo: Aduaneiras, 1.996.

INCOTERMS 2.000. São Paulo: Aduaneiras, 2.000.

LABATUT, Ênio Neves. Teoria e Prática de Comércio Exterior. 3a São Paulo: Aduaneiras, 1989.

LACOMBA/E, Américo L. Masset. Princípios Constitucionais Tributários. 2a ed. São Paulo: Malheiros, 1999.

---

## ASPECTOS JURÍDICOS DO COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO II

Objetivo: dotar o aluno de referenciais teóricos e práticos relacionados a trocas internacionais, sob o ponto de vista jurídico dos organismos internacionais.

### UNIDADE 1: Regulamentação Multilateral

#### 1. Introdução

- Antecedentes
- GATT: acordo provisório
- Regras e princípios
- Rodadas de liberalização

- Rodada Uruguaí
  - 02. OMC- Organização Mundial do Comércio
    - Acordo Constitutivo
    - Estrutura e funcionamento
    - Acordos abrangidos
  - 03. Acordos Multilaterais de Comércio
    - Agricultura
    - Aspectos Sanitários e Fitossanitários
    - Acordo sobre Barreiras Técnicas
    - Acordo sobre Valoração Aduaneira
    - Acordo sobre Licenças de Importação
    - Acordo sobre Dumping
    - Acordo sobre Subsídios
    - Acordo sobre Salvaguardas
  - 04. Novos Temas:
    - Serviços, Propriedade Intelectual
  - 05. Mecanismo de Solução de Controvérsias
    - Entendimento relativo às Normas e Procedimento Para a Solução de Controvérsias
    - Exemplos concretos
  - 06. Conferências Ministeriais:
    - Cingapura
    - Genebra
    - Seattle
    - Doha
  - 07. Panorama atual
    - Principais temas em discussão
    - Questões de interesse brasileiro
- UNIDADE 2
- Regulamentação no Brasil
- Estrutura Institucional do Comércio Exterior
  - Exportação
  - Importação
  - Defesa Comercial
  - Lei da Propriedade Industrial
  - Regulamentação ao Investimento estrangeiro

## **Bibliografia:**

- Amaral Jr., Alberto do. "OMC e o Comércio Internacional" – Ed. Aduaneiras, 2002
- Barral, Welber. " O Brasil e o protecionismo" – Ed. Aduaneiras, 2002
- Casella. Paulo Borba, e Mercadante, Araminta de Azevedo. "Guerra Comercial ou Integração Mundial pelo Comércio" – Ed. Ltr, 1998
- Sena Jr., Roberto Di. "Comércio Internacional & Globalização" – Juruá Editora, 2003
- Vieira, Guilherme Bergmann Borges. " Regulamentação no Comércio Internacional"- Ed. Aduaneiras, 2002

---

## ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS DE PAÍSES E EMPRESAS

Objetivo: fornecer aos alunos elementos para formulação de estratégias competitivas no âmbito empresarial e governamental a partir do posicionamento no cenário internacional das grandes corporações.

### 1. Estratégia Empresarial

O conceito de firma

O conceito de estratégia

Estratégias corporativas e de negócios

### 2. Instrumentos do Gerenciamento Estratégico

Objetivos, missão, visão, valores e cultura

Análise dos recursos e capacidades da empresa

Análise mercadológica

Modelo de portfólio de produtos

Modelo AM-PC

Análise SWOT

Análise financeira

Análise da área de produção

Análise dos recursos físicos

Análise dos recursos humanos

Análise do ambiente das empresas

### 3. Vantagens Competitivas

Tipos de vantagem competitiva

Vantagem de custo

Vantagem da diferenciação

### 4. Estratégias competitivas

Estratégias de negócios

Evolução da indústria

Inovação



Estratégias corporativas

Diversificação

Integração vertical

Aquisições e fusões

Alianças

5.Estratégias globais

Sistemas nacionais

Globalização x diferenciação

Comércio externo e investimento direto externo

### **Bibliografia**

BESSANT, J. Managing Advanced Manufacturing Technology: the challenge of the fifth wave; Oxford : NCC Blackwell, 1991

BRIE Globalization and Production (Berkeley roundtable on the International Economy, University of California, Berkeley), (s/d), Working Paper 45

DERTROUZOZ, M. et alli Made in America: regaining the productivity:

Harper Perennial, 1990

DAHAB, S.; RAPPEL, E. e TEIXEIRA, F. Estratégia Competitiva e Tecnológica: A articulação-chave na empresa : NPGA/UFBA, 1990

DAVENPORT, T. Reengenharia de Processos; RJ : Campus, 1993

FERRAZ, J.C. et alli Modernização Industrial à brasileira : IEI/UFRJ. Série Documentos nº7, julho 1992

HAMMER, M. e CHAMPY, J. Reengenharia; R.J. : Campus, 1993

LAZONICK, W. Organizational Integration in the Three Industrial Revolutions in Evolving Technology and Market Structure, 1991

OECD Background Report Concluding the Technological/Economy Programme (TEP), 1991,(mimeo)

PEREZ, C. A Onda Atual de Mudança Tecnológica: implicações para a reestruturação competitiva e para a reforma institucional nos países em desenvolvimento. Trabalho preparado para o Deptº de Planejamento Estratégico do Banco Mundial, abril 1989

PORTER, M. Vantagem Competitiva : Campus; RJ, 1989

Vantagem Competitiva das Nações; RJ : Campus, 1993

REICH, R. The Work of Nations; NY : Vintage Books, 1991

## MARKETING INTERNACIONAL

Objetivo: apresentar aos alunos os conceitos usuais de marketing e suas forças competitivas aplicadas ao cenário atual de globalização produtiva e comercial.

### 1. Introdução ao Conceito de Marketing

Procedimentos de construção de objeto em pesquisa de mercado

Marketing internacional e suas peculiaridades (estudo de caso)

### 2. Noções de Base

Marketing mix

Segmentação

Quatro P

Custos

### 3. Princípios de Seleção de Mercado

Estudo de caso

Elementos necessários para informação

Fatores de atratividade do mercado

Identidade e cultura da empresa

Custo de oportunidades: administrar o imprevisível

### 4. Estudo de Mercado

Estudo de caso

Modelos normativos de comportamento de mercados

Marketing um a um e sofisticação de modelos

Segmentação e tipologia

Definição de mercado

Escopo de mercado

### 5. A Globalização de Mercados

Estudo de caso

Análise estratégica de mercados

A dinâmica de uma economia globalizada

A globalização localizada

Estratégia competitiva

Planejamento global de Marketing

Marketing internacional e as novas configurações geopolíticas do planeta

A construção de sentido nos mercados internacionais

### 6. Globalização e Competitividade

O Brasil e os novos desafios do comércio internacional

Os grandes blocos e os novos sistemas

Configurações geopolíticas do planeta

## Bibliografia

- ALBRECHT, Karl Serviços com Qualidade: a vantagem competitiva; SP : Makron Books, 1992
- Anuário Geopolítico Mundial, Ensaio, SP, 1994
- BERRIGAN, John e FINKBEINER, Carl Marketing de segmentação; SP : Makron Books, 1993
- BLACKBURN, R. (org.), Depois da Queda; RJ : Paz e Terra, 1992
- CARNIER, L. Roberto Marketing Internacional; RJ : Aduaneiras, 1989
- CHRISTENSEN, C. e ROCHA, A. Marketing de Tecnologia; RJ : Atlas/UFRJ, 1989
- DAY, George S. Estratégia Voltada para o Mercado, S.P. : Record, 1991
- Défis au Sud, Rapport de la Commission Sud; Paris : Economica, 1990
- DUCHÊNE, G.; Tartarin, R. La Grande Transition; Paris : Cujas, 1991
- DURAND, M.F. et al. Le Monde: espaces et systèmes; Paris : Fondation Nationale des Sciences Politiques & Dalloz, 1992
- FOSSAERT, R. Le Monde au 21eme Siècle: une théorie des systèmes mondiaux; Paris : Fayard, 1992.

---

## CAPACITAÇÃO INTRACULTURAL NO COMÉRCIO EXTERIOR

Objetivo: apresentar aos alunos a diversidade cultural existente entre países e regiões contextualizando o correto entendimento desses aspectos para os negócios internacionais.

Conteúdo programático

I Unidade

Educação e Desenvolvimento Intercultural - origens, estado da arte, literatura, lacunas

Conceitos básicos

A questão da Globalização e da Mundialização da Cultura - Implicações para o Terceiro Mundo.

II Unidade

Comunicação e Relacionamento Intercultural - indissociabilidade, dinâmica, idiomas e linguagens verbais e não verbais, impactos, possibilidades, resultados e consequências na negociação e no trabalho globalizado. Implicações das origens ocidentais, gregas e romanas e das raízes indígenas. Oriente e ocidente ontem e hoje.

III Unidade

Conceitos de cultura. Distanciamento x Proximidade Cultural - dimensões: social, individual, profissional, organizacional, nacional, internacional e atitudes diante da diversidade. Os valores.

IV Unidade

Choque cultural e estresse. Competência intercultural. Conhecimento e auto conhecimento, habilidades técnicas e humanas, posições e posturas, condições para contatos, nacionais e internacionais. Expatriamento, indicadores possibilidades de fracassos e de sucesso. Adaptabilidade /Dimensões. Cultura e estilos gerenciais.

## **Bibliografia** recomendada

Textos para estudo : disponíveis na compilação distribuída em sala.

ELASHMAWI, Farid e HARRIS, Philp R. Multicultural Management 2000. Houston, Texas: Gulf Publishing, 1998.

FERRARO, G. P. The cultural dimension of international business. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1990.

FRAGA, Valderez F. Communication in Continuing Education class rooms: developing abilities to face labor situations Paper. Comparative Education Society of Asia Year 2001 Conference. Taipei, Taiwan, novembro, 2001.

\_\_\_\_\_. Capacitação intercultural e competência nos negócios. RAP. V. 30, no 5, Set/Out (51-63). Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1996.

\_\_\_\_\_. Projeto de Desenvolvimento Intercultural: uma estratégia nos serviços globais. Paper, III Encontro de Economistas dos Países de Língua Portuguesa. Macau, 1998 e RAP. V. 32, nº 5, Set/Out (99-124). Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 1998.

\_\_\_\_\_. Choque Cultural como possibilidade de aprendizagem. IE - I J, v.3, n.3, University of Canberra, October, 1999. RAP. Rio de Janeiro, v. 33, n. 2, mar./abr., p. 171-180, 1999.

\_\_\_\_\_. Cultura da Autocrítica. RAP. Rio de Janeiro, v. 33, nº 6, p. 143-169, Nov/Dez, 1999.

FRAGA, Valderez F. et al. Diferenças culturais na gestão - dois casos: um francês e um japonês. RAP, Rio de Janeiro, v.33, n.2, p.171-182, mar/abr, 1999.

FREITAS, Maria Esther. Cultura organizacional: identidade, sedução e carisma. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 1999.

---

## LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Objetivo: Dotar os alunos de referencial teórico e prático para montagens de logísticas internacionais.

### PROGRAMA

- 1.A Logística como Vantagem Competitiva num Mercado Globalizado
- 2.Qualidade Total em Serviços de Logística
- 3.Administração de Estoques
- 4.Nível de Serviço
- 5.Custos Logísticos a Considerar
- 6.Lead Time
- 7.O desenvolvimento de indicadores de desempenho logístico com valor estratégico
- 8.Elementos a Considerar para Escolha da Modalidade e do Operador de Transporte
9. O Transporte Marítimo
10. O Transporte Rodoviário
11. O Transporte Ferroviário
- 12.O Transporte Fluvial

- 13.As Alternativas de Transporte Intermodal
- 14.Portos e Terminais Portuários Privativos
- 15.Alternativas para Armazenagem e Liberação Aduaneira de Carga Importada e Exportada em Substituição ao Porto
- 16.A Seleção da Alternativa Ótima
17. Tópicos especiais sobre o Transporte Aéreo e as Empresas de distribuição física das mercadorias (Exporta Fácil da CBCT, por exemplo).

### **Bibliografia**

- Ballou, Ronald H.: Logística Empresarial - Transportes, Administração de Materiais, Distribuição Física. Atlas, São Paulo, 1993.
- Christopher, Martin: Logistics and Supply Chain Management - London; Pitman Publishing; 1992;
- Goebel, Dieter: Logística - Otimização de Transportes e Estoques na Empresa; Estudos em Comércio Exterior, ECEX/UFRJ, V. 1 n.º 1, 1996.
- Wood, Donald F.et al.: International Logistics; Chapman and Hall; 1994
- Hoffmann, Jan: Concentration in Liner Shipping: Its causes and Impacts for Ports and Shipping Services in Developing Regions - CEPAL



Instituto de Economia da UFRJ

Campus da UFRJ da Praia Vermelha.  
Av. Pasteur 250. Prédio de Economia  
Tel.: (21) 3938-5255 | (21) 99451-3890  
<http://www.ecex.ie.ufrj.br> | [ecex@ie.ufrj.br](mailto:ecex@ie.ufrj.br)