



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO

UFMT

PLANO DE ENSINO

Identificação

Disciplina: COMERCIO EXTERIOR

Curso: ADMINISTRAÇÃO - NOTURNO/CAMPUS CUIABÁ

Nível: Graduação

Código: 20515979 Período: 20182 Turma: HO

Unidade Ofertante: Faculdade de Administração e Ciências Contábeis

Carga Horária Teórica: 64 horas Carga Horária Prática: 0 horas Carga Horária Campo: 0 horas Carga Horária Total: 64 horas

Tipo de Disciplina: OBRIGATÓRIO

Professor(a)(s):

- ANA CELIA SOPHIA DE SOUZA E LIMA

Status: Homologado

Ementa

Introdução ao comércio exterior. Cenário do comércio exterior brasileiro. Sistema Brasileiro de comércio exterior. Compra e venda em comércio exterior. Política Brasileira de exportação. Administração de negócios internacionais.

Justificativa

Considerando o papel do gestor no desenvolvimento do comércio e relações internacionais, percebe-se a importância de fornecer ao graduando em administração subsídios para o desenvolvimento do conhecimento em políticas econômicas, comerciais e demais assuntos relacionados às relações internacionais.

Objetivo Geral

Prover o estudante que se formará em Administração de conceitos de Comércio Exterior, metodologias e habilidades que o auxiliem a compreender e solucionar situações empresariais e governamentais, com pensamento crítico e consciência de seu papel como administrador.

Objetivos Específicos

Compreender os conceitos básicos de comércio exterior;
Estudar o cenário e a participação brasileira no comércio exterior;
Contribuir com o desenvolvimento do pensamento crítico sobre relações internacionais.

Conteúdo Programático

Tópico / Subtópico

Tópico / Subtópico

- ➔ 1.Introdução ao comércio exterior
 - 1.1 Conceitos;
 - 1.2 Natureza do comércio exterior;
 - 1.3 Habilidades dos gerentes de comércio exterior;
 - 1.4 Teorias de comércio exterior.
- 2.O comércio exterior brasileiro
 - 2.1 Exportações;
 - 2.2 Importações;
 - 2.3 Dados do MDIC e da Balança Comercial brasileira;
 - 2.4 Exportações e importações do Estado
- 3.Sistema brasileiro de comércio exterior
 - 3.1 Histórico e contexto atual.
- 4.Política brasileira de exportações.
- 5.Administração de negócios internacionais
 - 5.1 Dinâmicas do comércio internacional;
 - 5.2 Ambientes de negócios internacionais;
 - 5.3 Diagnóstico;
 - 5.4 Estratégias de internacionalização.

Metodologia

Aulas expositivas dialogadas, com a utilização de projetor multimídia e quadro. Leitura e discussão de artigos e estudos de caso. Resolução de atividades individuais e em grupos em sala e no Ambiente Virtual de Aprendizagem. Seminário, visita técnica, segundas chamadas serão marcados de acordo com a disponibilidade e evolução da ementa.

Avaliação

Nota 1: verificação de aprendizagem (7,0 pontos) e atividades em sala e no AVA(3,0 pontos).

Nota 2: verificação de aprendizagem (6,0 pontos) e atividades em sala e/ou seminário (4,0 pontos).

Média Final: Nota 1 + Nota 2 / 2.

Para aprovação sem Prova Final o estudantes deverá obter média final (nota 1 + nota 2) mínima de 7,0 pontos.

Os estudantes que não alcançarem a média de 7,0 pontos precisarão fazer a Prova Final e, quando necessário, Exame de Segunda Época.

Para aprovação na Prova Final e no Exame de Segunda Época o estudante precisará obter média de 5,0 pontos (Média Final + Nota da Prova Final ou Média Final + Nota do Exame de Segunda Época).

Bibliografia**Básica**

Referência	Existe na Biblioteca
SOARES, C. C. Introdução ao comércio exterior: fundamentos teóricos do comércio internacional. São Paulo: Saraiva, 2004.	✓
TANURE, B. DUARTE, R.G. Gestão internacional. São Paulo: Saraiva, 2006.	✓
VAZQUEZ, J.L. Comércio exterior brasileiro. 9ª Edição. São Paulo: Atlas, 2009.	✓

Complementar

Referência	Existe na Biblioteca
ABREU, M. P. Comércio exterior: interesses do Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.	Não
LUNA, E. P. Essencial de comércio exterior de A a Z. 3ª Edição. São Paulo: Aduaneiras, 2009.	Não
MAIA, J. M. Economia internacional e comércio exterior. 12ª Edição. São Paulo: Atlas, 2008.	Não
MINERVINI, N. O exportador: ferramentas para atuar com sucesso no mercado internacional. 5ª Edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.	Não
SEABRA, F. Comércio exterior. UAB, 2009	Não

Informações Adicionais**Aprovação**

Aprovado em reunião do Colegiado do Curso realizada em ___/___/____.

_____, ____/____/____.

Coordenador(a) do Curso