

MBA

*Gestão de Comércio
Exterior e Negócios
Internacionais*



1. COORDENAÇÃO ACADÊMICA

PROF. MIGUEL FERREIRA LIMA

Doutor pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. **Mestre** pela Universidade Federal Fluminense. **Especialista** em Relações Internacionais pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Economista pela Universidade Federal Fluminense. Sua experiência profissional de 25 anos na área, inclui o cargo de Gerente de Comércio Exterior do Grupo Irwin Industrial e da Petrobrás Internacional S/A-Braspetro. Desenvolveu atividades de consultoria na Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior-FUNCEX. Coordenador e coautor do livro "Gestão de Marketing" da Série FGV *Management*. Organizador e coautor do livro "Gestão de Negócios Internacionais" da Editora Saraiva.

2. FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

Fundada em 20 de dezembro de 1944, a FGV, instituição de direito privado, sem fins lucrativos, nasceu com o objetivo de promover o desenvolvimento socioeconômico do Brasil por meio da formação de administradores qualificados, nas áreas pública e privada. Ao longo do tempo ampliou sua atenção para outras áreas de conhecimento, sendo sempre reconhecida pela qualidade e excelência ao produzir e difundir conhecimento por meio de suas Escolas e Centros de Pesquisa:

FGV EAESP - Escola de Administração de Empresas de São Paulo

FGV EBAPE - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas

FGV EPPG - Escola de Políticas Públicas e Governo

FGV EESP - Escola de Economia de São Paulo

FGV EPGE - Escola Brasileira de Economia e Finanças

FGV Direito SP - Escola de Direito de São Paulo

FGV Direito Rio - Escola de Direito do Rio de Janeiro

FGV CPDOC - Escola de Ciências Sociais

FGV EMAp - Escola de Matemática Aplicada

FGV RI - Escola de Relações Internacionais

Projetos - Consultoria para organizações públicas e privadas

IBRE - Instituto Brasileiro de Economia

IDE - Instituto de Desenvolvimento Educacional

3. INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL - IDE

O IDE foi criado no final de 2003 com o objetivo de coordenar e gerenciar uma rede de distribuição única para os produtos e serviços educacionais produzidos pela FGV, através de suas Escolas e Institutos, distribuídos por meio de Instituições Conveniadas. O Instituto é composto pelo FGV Management, Programa de Pós-Graduação; pelo FGV Online, Programa de Ensino a Distância; pelo FGV *in company*, Programa de Cursos Customizados; pela Central de Qualidade e Inteligência de Negócios, responsável pela manutenção da

qualidade e padrão de excelência FGV, em qualquer lugar do país onde os programas do IDE estejam sendo oferecidos; e pela Certificação de Qualidade, que compartilha a qualidade do conhecimento e do ensino produzidos na FGV com os cursos de graduação em Administração e Economia de outras instituições do país.

Por intermédio de parcerias com diversas universidades da Europa, Ásia e dos Estados Unidos, os alunos dos cursos administrados pelo IDE têm a possibilidade de participar de programas de curta, média ou longa duração em universidades estrangeiras.

Os programas do FGV Management são oferecidos no ABC Paulista pela Strong, nos seguintes campi:

Campus Almirante

Rua Almirante Protógenes, 290, Jardim - Santo André
fgvabc@strong.com.br

Campus Jacarandás

Av. Industrial, 1455, Jardim - Santo André
santoandre.fgv@strong.com.br

Campus São Caetano do Sul

Av. Goiás, 383, 2º Andar - São Caetano do Sul
saocaetano.fgv@strong.com.br

4433 3222 | 4433 6166 | 3996 5668

www.strong.com.br

4. ESCOLA DE ECONOMIA DE SÃO PAULO – EESP

A EESP é um centro de excelência na geração e transmissão do saber econômico, e sua missão é desenvolver a aprendizagem e o debate público, que contribua para a evolução econômica e social do País. A Escola foi credenciada pelo Ministério da Educação pela Portaria nº 707, de 15 de abril de 2003, para oferecer cursos de graduação em economia, cursos de pós-graduação Lato Sensu e Stricto Sensu e cursos de educação continuada.

5. SOBRE O MBA EM GESTÃO DE COMÉRCIO EXTERIOR E NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

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 da China e seu desenvolvimento tecnológico implica em mudança estrutural e de longo prazo, nos termos de troca no comércio mundial. Estima-se que a China responda hoje por 15% 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 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 conhecerem 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 à 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.

6. OBJETIVO

Uma área em ascensão em meio a um mercado cada vez mais globalizado. Com o **MBA em Gestão de Comércio Exterior e Negócios Internacionais**, o aluno irá se preparar para este mercado, desenvolvendo uma visão sistêmica e capacidade de identificar oportunidades e ameaças em relação às transações comerciais em nível internacional. Você irá adquirir:

- Competência para tomar decisões no exercício de funções relativas ao comércio exterior e finanças internacionais;
- Domínio de ferramentas que podem torná-lo líder em uma empresa, gerenciando pessoas e ativos intangíveis em ambientes multiculturais e de grande competitividade;
- Domínio de ferramentas necessárias para gestão de operações de exportação/importação e para gestão de contratos e finanças internacionais;
- Habilidade para realizar negociações internacionais.

7. A QUEM SE DESTINA

Este MBA é recomendado para: profissionais de organizações com operações no exterior ou que almejam se engajar em negócios internacionais; profissionais que desejam atuar nas áreas de Comércio Exterior, Economia e Finanças Internacionais, Câmbio, Logística Internacional e Negócios Internacionais.

8. CERTIFICAÇÃO

Os cursos de Pós-Graduação Lato Sensu, MBA, nível Especialização da Fundação Getúlio Vargas atendem às determinações da Resolução do CNE/CES nº 1 de 06/04/2018. O MBA em Gestão de Comércio Exterior e Negócios Internacionais é certificado pela EESP.

- Será outorgado pela Fundação Getúlio 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;
- Módulos Internacionais (*opcionais*):
 - Os principais objetivos desses cursos, são: ganhar a visão internacionalizada de negócios, ampliar o networking entre os participantes que são estudantes da FGV e executivos de empresas de todo o Brasil. Proporcionar a troca de informações com os docentes e executivos locais, adquirindo, com isso, uma formação acadêmica internacional, além do acultramento pessoal;
 - Será outorgado pelas universidades internacionais, em seus locais de origem, o certificado de participação no módulo internacional respectivo;
 - A FGV fará o apostilamento da participação no módulo internacional cursado, aos alunos que atenderem todos os critérios de aprovação em ambos os cursos.

9. PROGRAMA

MÓDULO NACIONAL		
MBA em Gestão do Comércio Exterior e Negócios Internacionais		
	DISCIPLINAS	HORAS /AULA
Módulo de Estratégia nos Negócios Internacionais		
1	Economia Internacional	24
2	Relações Internacionais e Impacto nos Negócios	24
3	Regulação do Comércio Internacional	24
4	Internacionalização de Empresas	24
5	Gestão Estratégica	24
6	<i>International Business Plan: Plano Estratégico</i>	24
Módulo de Gestão Financeira de Negócios Internacionais		
7	Matemática Financeira	24
8	Gestão de Operações de Câmbio	24
9	Tributação de Comércio Exterior	24
10	Gestão de Contratos Internacionais	24
11	Gestão de Finanças Internacionais	24
12	<i>International Business Plan: Gestão Financeira</i>	24
Módulo de Gestão de Negócios Internacionais		
13	Negociação Internacional	24
14	Gestão de Logística Internacional	24
15	Marketing Internacional	24
16	Gestão de Operações de Exportação e Importação	24
17	Gestão de Pessoas em Ambientes Multiculturais	24
18	<i>International Business Plan: Desenvolvimento do Negócio Internacional</i>	24
CARGA HORÁRIA TOTAL		432

MÓDULOS INTERNACIONAIS [OPCIONAL]	HORAS/ AULA
<i>Business and Management</i> University of California – Irvine	54
<i>Innovation</i> University of California – Santa Cruz e Irvine	54
<i>Public Policy, Finance and Investment Strategies</i> University of Chicago	49
<i>China Business & Economic Strategies</i> Chinese University of Hong Kong	40
<i>Gestão de Negócios</i> ISCTE /INDEG - Lisboa	40
<i>Management of Innovation</i> Fondazione CUOA – Business School – Itália	40
<i>Innovation and Entrepreneurship</i> SIBE Stuttgart – Alemanha	80
<i>International Business Law</i> University of California – School of Law – Irvine	54

10. DESCRITIVO DAS DISCIPLINAS

1. Economia Internacional

Teorias do comércio internacional. Mensuração da atividade econômica. Política econômica em economias abertas. Taxas de câmbio nominal, real e efetiva real. Balanço de Pagamentos e os determinantes das contas de capital e de transações correntes; mecanismos de ajuste do balanço de pagamentos.

2. Relações Internacionais e Impacto nos Negócios

Conceitos básicos em Relações Internacionais. Negociações de acordos internacionais e participação do setor privado. O sistema de Bretton Woods. O fim da Guerra Fria e seus desdobramentos políticos e econômicos. Organizações internacionais e limites para a atuação dos estados nacionais. Integração econômica: acordos multilaterais e acordos regionais/plurilaterais: ameaças e oportunidades para as empresas. Novas estratégias de produção no século XXI. Novas características dos acordos em negociação no século XXI e seu impacto sobre os negócios. Problemas atuais na governança econômica global. Impactos da ascensão dos países emergentes. O posicionamento estratégico do Brasil e efeitos sobre as empresas brasileiras.

3. Regulação do Comércio Internacional

Princípios fundamentais e acordos administrados pela OMC. Elementos básicos do GATT/OMC. Elementos básicos da formação de blocos econômicos. Impactos positivos da aplicação destes acordos sobre a iniciativa privada brasileira. Instrumentos de apoio à iniciativa privada no Brasil e regras da OMC: defesa comercial (antidumping, medidas compensatórias e salvaguardas), barreiras técnicas e compras governamentais.

4. Internacionalização de Empresas

Globalização e contexto internacionalizado de negócios. Principais teorias de internacionalização. O papel, as competências essenciais e o comportamento do gestor cosmopolita internacional. As estratégias no processo de internacionalização. Estruturas administrativas das organizações e ferramentas de decisão para concorrer em mercados externos. Benefícios, vantagens e desafios observados nos exemplos reais de empresas brasileiras internacionalizadas.

5. Gestão Estratégica

A evolução do pensamento estratégico. Administração estratégica e alinhamento. Referenciais estratégicos. Análise do ambiente interno e externo. A formulação da estratégia competitiva. Objetivos estratégicos. O balanced scorecard (BSC).

6. International Business Plan: Plano Estratégico

Diagnóstico estratégico da situação atual e capacidade de internacionalização da organização. Avaliação do potencial da organização para atuar no mercado internacional. Análise do Microambiente. Análise do Macro ambiente. Definição de objetivos, metas e posicionamento estratégico da empresa, que deverão ser integrados aos planos desenvolvidos pelos demais módulos, visando o desenvolvimento de um Plano de Negócio Internacional.

7. Matemática Financeira

Relações fundamentais e taxa de juros. Regime de juros simples e de juros compostos. Séries Uniformes de pagamento. Sistemas de amortização de dívidas. Desconto de títulos e duplicatas. VPL e TIR.

8. Gestão de Operações de Câmbio

Pagamentos Internacionais e mercado de câmbio brasileiro. Fatores e determinação da taxa de câmbio. Capitais Internacionais. Modalidades ou métodos de Pagamento. Contratação de Câmbio. Trava, deságio, prêmio, desconto. Liquidação, alteração, prorrogação, cancelamento, baixa. Despesas bancárias. Comissão de Agente. Disponibilidades no Exterior. Pagamentos na Exportação e na Importação. Aspectos fiscais nas operações de câmbio. Operações cursadas no CCR, SML.

9. Tributação no Comércio Exterior

Os aspectos tributários e aduaneiros do comércio exterior brasileiro. Tributos incidentes na importação. Tributos incidentes na exportação. Regimes aduaneiros especiais e regimes aduaneiros aplicados em áreas especiais.

10. Gestão de Contratos Internacionais

Direito Interno e Direito Internacional. Lex Mercatória. Tratados. Integração Regional. Os Sistemas Jurídicos Internacionais. Formação do contrato. Contratos escritos e não escritos. Tipos contratuais. Vícios da Vontade. Das obrigações. Alteração e extinção dos contratos. Da responsabilidade civil. Do inadimplemento contratual e suas consequências. Força Maior e Teoria da Imprevisão. Contratos internacionais em suas várias modalidades. Conflitos de leis e jurisdição internacionais. Jurisdição nos contratos internacionais. Contencioso judicial no exterior e execução de sentença estrangeira no Brasil. Formas alternativas de resolução de conflitos no âmbito internacional (ADR): arbitragem e mediação.

11. Gestão de Finanças Internacionais

Sistema Financeiro Internacional: evolução e características. Globalização financeira e crescimento dos derivativos. *Forward*, *Swaps* e taxas de juros de paridade. Mercado de títulos internacionais. Administrando o risco cambial. Mercado financeiro internacional. Dimensão internacional da estrutura de capital e custo de capital. Administração internacional de *working capital*.

12. International Business Plan: Gestão Financeira

Processo de Planejamento Financeiro e seus Documentos. Planos Financeiros de Curto e Longo Prazo. Planejamento de Caixa. Previsão de Vendas e Orçamento de Caixa. Avaliação do Orçamento. Incerteza e Risco. Demonstração do resultado Projetado. Balanço Projetado. Discussão dos Resultados.

13. Negociação Internacional

Mercado globalizado e o negociador global. Aspectos multiculturais em negociações internacionais. Princípios e estratégias de planejamento, preparação e implementação de um acordo internacional - Matriz de Negociações Complexas. Abordagens da negociação integrativa e distributiva e a dinâmica das negociações internacionais. Barreiras e desafios na execução de um acordo internacional. Diretrizes para uma negociação internacional de sucesso. Competências profissionais de um negociador internacional de sucesso. Análise de casos.

14. Gestão de Logística Internacional

Integração das funções logísticas e *Supply Chain*. Termos Comerciais Internacionais. Tipos de Cargas. Sistema de transportes. Custos Logísticos. Multimodalidade. Operadores logísticos internacionais. Seguros internacionais. Portos como elos logísticos. Plataformas Logísticas. Sistemas de transportes.

15. Marketing Internacional

Ambiente empresarial globalizado. Estratégias e estruturas organizacionais de internacionalização. Fontes de informações no comércio internacional. Marketing Mix nos negócios internacionais: decisões de produto e marca, preço, distribuição e comunicação em nível internacional.

16. Gestão de Operações de Exportação e Importação

Organização e implantação da gerência de comércio exterior. Normas dos órgãos governamentais envolvidos no comércio exterior. Procedimentos administrativos, aduaneiros e o trâmite documental nas operações de exportação e importação.

17. Gestão de Pessoas em Ambientes Multiculturais

Gerenciamento estratégico de pessoas. Cultura e ética nas organizações. Estratégias genéricas para pessoas em empresas internacionalizadas. A gestão da diversidade cultural. A variável cultural nas operações internacionais. O papel da liderança global.

18. International Business Plan: Desenvolvimento de Negócios

Estratégias de produto, marca e comunicação internacional. Global Branding. Estratégias de preço e distribuição em nível internacional. Implementação e controle do Plano de Negócio Internacional.



**EDUCAÇÃO
EXECUTIVA**

Campus Almirante

Rua Almirante Protógenes, 290, Jardim – Santo André
fgvabc@strong.com.br

📞 4433-3222

Campus Jacarandás

Av. Industrial, 1455, Jardim – Santo André
santoandre.fgv@strong.com.br

📞 4433-6166

Campus São Caetano do Sul

Av. Goiás, 383, 2º Andar, Centro – São Caetano do Sul
saocaetano.fgv@strong.com.br

📞 3996-5668

www.strong.com.br 