

## Negócios Internacionais

Os cursos de pós-graduação oferecidos pela Escola de Negócios são um testemunho de excelência e flexibilidade. Com uma característica única de entrada contínua, a cada nova disciplina há uma oportunidade para os estudantes se juntarem a essa jornada de conhecimento. Essa abordagem dinâmica permite que os alunos ingressem no programa em momentos que melhor se adequem às suas necessidades e cronogramas, garantindo um acesso contínuo à educação de alta qualidade.

Cada curso é meticulosamente estruturado, composto por um total de 15 disciplinas, cada uma oferecendo uma imersão completa em seu respectivo campo de estudo. Das nove disciplinas técnicas conduzidas presencialmente até a disciplina de Ética ministrada no formato EAD, a Escola de Negócios adota uma abordagem diversificada para garantir uma aprendizagem abrangente e de vanguarda. Além disso, as cinco disciplinas eletivas oferecem aos estudantes a liberdade de personalizar sua experiência de aprendizado, escolhendo disciplinas que ampliem suas competências existentes ou introduzam novas habilidades relevantes para suas trajetórias profissionais.

Essa abordagem educacional centrada no aluno e adaptada às demandas do mercado é um claro indicativo do compromisso da Escola de Negócios em preparar os alunos não apenas para se destacarem em suas carreiras, mas também para liderarem e inovarem em seus campos de atuação.

A especialização em Negócios Internacionais oferece ferramentas práticas e teóricas envolvidas nas atividades de formação de preços de importação e exportação, custos e tributação, internacionalização de empresas, transporte internacional, direito público e privado internacional, direito ambiental internacional, marketing internacional e economia e política internacional.

O curso de Negócios Internacionais alia os conhecimentos dos consultores com as demandas das empresas na área.

O que faz um profissional de negócios internacionais?

O profissional com pós-graduação em Negócios Internacionais será responsável por manter as relações entre diferentes nações, governos, organizações internacionais e empresas, seja nas áreas comerciais (importações e exportações, transporte), econômica, jurídica, financeira, cultural, direito e ambiental.

A pós-graduação em Negócios Internacionais da PUCPR é indicada para profissionais que desejam compreender e acrescer novas competências e habilidades na dinâmica dos negócios nos segmentos do comércio internacional, promoção comercial internacional, operações aduaneiras, transporte e direitos internacionais, bem como economia e política internacional.

Disciplinas Obrigatórias

1. Formação de Preços de Importação e Exportação
2. Custos e Tributação em Negócios Internacionais
3. Gestão de Negócios Internacionais
4. Internacionalização de Empresas
5. Transporte Internacional
6. Direito Público e Privado Internacional
7. Direito Ambiental Internacional
8. Marketing Internacional
9. Economia e Política Internacional

## 10. Ética

### Disciplinas Eletivas

Os alunos da pós-graduação em Negócios Internacionais da PUCPR devem escolher 5 matérias eletivas para completar a especialização.

**Campus:**

Curitiba

**Periodicidade:**

Semanal

**Modalidade:**

Presencial

**Mensalidade:**

R\$ 489.00

**Formato:**

Presencial

**Inscricao:**

[Clique aqui](#)

**Duracao:**

13 meses

# Disciplinas

## Ética

### Ementa

Identificação dos pressupostos éticos e morais e dos principais paradigmas éticos, bem como os desafios e os problemas da sociedade contemporânea e sua relação com a prática profissional.

### Objetivo

Refletir sobre as causas e consequências da chamada “crise ética” no mundo contemporâneo. Analisar a problematização em torno dos termos ética e moral.

Apresentar os principais modelos éticos.

Refletir sobre as questões ligadas a coerção e a consciência moral.

Compreender os desafios da responsabilidade social e ambiental como um problema ético.

Refletir sobre os principais desafios éticos das instituições e dos profissionais que nelas atuam.

### Conteúdo

O que falamos quando falamos de Ética?

Moralidade Líquida: que lições tirar do Anel de Giges?

Ética da Virtude: qual é a vida que vale a pena?

Ética do Dever: em que casos é possível mentir?

Ética Utilitária: quem você salvaria em um incêndio?

Ética da Responsabilidade: a humanidade ainda continuará existindo?

## C.H. de Eletivas

Carga horária destinada a escolha de disciplinas de outros cursos

## Formação de Preços de Importação e Exportação

Os preços dos produtos para o mercado interno levam em conta os custos de produção, comercialização, tributos internos etc. Quando o assunto é mercado internacional, no entanto, a composição do preço de exportação deve considerar novos elementos, bem como excluir outros que não incidirão nas vendas externas. A determinação do preço de exportação é um dos aspectos mais importantes e decisivos para a conquista e permanência em determinado mercado. Fixá-lo pela primeira vez deve merecer atenção especial, tendo em vista que alterá-lo num curto espaço de tempo, quando o assunto é mercado internacional, é inaceitável.

## Gestão de Negócios Internacionais

A Gestão de Negócios Internacionais trata de um trabalho com empenho de metas e objetivos. O estudo parte em identificar formas de cumprir as metas de maneira efetiva com lucratividade para a empresa nos processos que envolvem importação e exportação.

## Custos e Tributação em Negócios Internacionais

A tributação internacional é o estabelecimento de padrões de administração tributária, que competem entre si pela

retenção da base tributável por meio do estabelecimento de mecanismos que devem ser reproduzidos pelos países. São custos que existem especificamente para que o embarque do produto para o exterior aconteça.

## **Internacionalização de Empresas**

Internacionalização é o processo de ampliação da atuação de uma empresa no mercado internacional, abrangendo desde a importação e exportação de produtos, até a produção de artigos e serviços em outros países.

## **Transporte Internacional**

O transporte internacional é o deslocamento entre dois países regido por um contrato internacionalmente aceito entre as partes contratantes.

## **Direito Público e Privado Internacional**

O Direito Internacional é o ramo jurídico responsável por estudar e agrupar todas as normas criadas por uma sociedade, através de seus representantes, cuja finalidade seja auxiliar e melhorar as relações externas e a boa convivência entre os países. Direito internacional público: trata das normas e leis que regem as negociações entre os países, como os pactos e tratados. – Direito internacional privado: responsável pelo conjunto de normas jurídicas, criadas por um Estado, com a finalidade de resolver os conflitos de leis no espaço.

## **Direito Ambiental Internacional**

O direito internacional ambiental regula os aspectos relacionados ao meio ambiente que dependem da ação livre da pessoa humana e cuja regulamentação ultrapassa o interesse de um único Estado. O direito internacional ambiental é derivado de um processo de expansão do direito internacional moderno, que não trata apenas de fronteiras, como o direito internacional clássico, mas também de problemas comuns, processo típico de um período de globalização jurídica.

## **Marketing Internacional**

Marketing internacional trata-se de qualquer operação de marketing de uma empresa para além do seu país natal. Ou seja, quando toda a estrutura de marketing da empresa passa a ter como foco a ação no exterior, replicando ou adaptando as estratégias a esse novo público.

## **Economia e Política Internacional**

A Política Internacional é uma parte de um sistema mais amplo e complexo de relações. As Relações Internacionais, abarca as relações políticas, econômicas, culturais, sociais, históricas, geográficas, etc., entre os países. Parte da teoria Econômica que estuda as relações entre os países, as quais envolvem transações com mercadorias, transações com serviços e transações financeiras. A economia de um país passa pelo comércio internacional, uma vez que é o setor que garante a venda do excedente de produção dessa região e, ao mesmo tempo, permite que o mercado consumidor tenha acesso às mercadorias não disponíveis internamente.