

PROCESSOS GERENCIAIS EAD

1 ÁREA DE CONHECIMENTO, NÚMERO DE VAGAS E BOLSAS

São 10 (dez) vagas, a serem distribuídas entre as seguintes áreas:

Área	Linhas
Empreendedorismo	Perfil Empreendedor. Aspectos Econômicos do Empreendedorismo, Comportamento Empreendedor. Inovação e Empreendedorismo. Inovação, Cooperação e Redes organizacionais. Aspectos Sociais, Culturais, Comportamentais e Criativos do Empreendedorismo. Gestão de Franquias. Empreendedorismo social, Inovação social.
Ensino e Pesquisa em Administração	Métodos e práticas inovadoras de ensino e aprendizagem. Contribuições epistemológicas para o ensino e a pesquisa em Administração. Ética no processo de investigação. Formação do Professor e do Pesquisador. Aprendizagem e desenvolvimento de competências na formação acadêmica na área de Administração. Gestão acadêmica de instituições, programas e cursos de educação superior. Políticas públicas voltadas ao ensino em Administração.
Estratégia e Modelo de Negócios Inovadores	Aspectos Teóricos e Metodológicos da Vantagem Competitiva. Formulação, Implementação e Mudança das Estratégias. Estratégia e Conhecimento. Estratégias Empresariais e Corporativas. Estratégia, Sustentabilidade Socioambiental e Ética Corporativa. Estratégia e Empreendedorismo. Estratégia e Cooperação. Negócios Internacionais. Modelagem e Mensuração do Desempenho. Perspectivas Organizacionais e Sociológicas da Estratégia. Estratégia, Governo e Desenvolvimento, Inovação, Inovação Social.
Estudos Organizacionais	Abordagem Institucional nos Estudos Organizacionais. Comportamento e Interações Sociais nas Organizações. Organização e Sociedade. Ontologia, Epistemologias, Teorias e Metodologias nos Estudos Organizacionais. Estudos Críticos e Práticas Transformadoras em Organizações. Gêneros, Raças-Etnias, Sexualidades, Diferenças e Diversidade. Redes e Relacionamentos Organizacionais. Simbolismos, Culturas e Identidades em Organizações. História, Memória e Organizações. Comunicação, Processos Discursivos e Linguagem, Ética Empresarial.
Gestão de Operações	Gestão de Relacionamentos entre Compradores e Fornecedores. Gestão Estratégica de Operações Industriais.

	Logística e <i>Supply Chain Management</i> ; Gestão Estratégica de Operações de Serviços. Operações Sustentáveis. Redes de Operações e Clusters em Agronegócios, Indústrias e Serviços. Administração das Operações e da Cadeia de Valor. Gestão de Processos e Parceiros para Inovação. Gestão de Projetos.
Gestão de Pessoas	Trabalho e Diversidade. Gestão de Carreiras. Relações de Trabalho e Emprego. Liderança e Desenvolvimento Gerencial. Prazer e Sofrimento no Trabalho. Assédio Moral, Vitimização no Trabalho, Trabalho, Gestão e Subjetividade. Processos de Gestão de Pessoas. Modelos, Políticas e Práticas de/em Gestão de Pessoas. Recrutamento, Seleção, Educação/Capacitação, Avaliação de Desempenho, Remuneração, Movimentação, Planos de Cargos e Carreiras. Universidades Corporativas. Conhecimento e Aprendizagem. Competências. Cultura, Clima e Comprometimento Organizacional. Gestão de Pessoas e Elementos do Comportamento Organizacional. Endomarketing.
Gestão Financeira e Orçamentária	Finanças Corporativas. Governança Corporativa e Estrutura de Propriedade. Gestão de Riscos e Derivativos. Investimento e Apreciação de Ativos. Mercados e Instituições Financeiras. Finanças Comportamentais. Orçamento Empresarial. Avaliações de investimentos. Demonstrações Financeiras. Custo de Capital. análises de custos para tomada de decisão. ponto de equilíbrio. formação de preço de venda.
Gestão Socioambiental	Estratégia e Sustentabilidade. Inovação Sustentável. Operações Sustentáveis. Indicadores e Modelos de Mensuração da Sustentabilidade. Abordagens Econômicas da Sustentabilidade. Responsabilidade Social Corporativa. Sustentabilidade e Políticas Públicas. Relatórios de Sustentabilidade. Certificações socioambientais. Inovação social.
Mídia, Comunicação e Marketing	Comportamento do Consumidor. Pesquisas Experimentais em Comportamento do Consumidor. Cultura e Consumo. Teoria, Epistemologia e Métodos de Pesquisa em <i>Marketing</i> . Estratégias de <i>Marketing</i> e <i>Marketing</i> Internacional. <i>Marketing</i> de Serviços, de Relacionamento e de Vendas. <i>Marketing</i> e Sociedade. Gestão do Varejo e de Canais de <i>Marketing</i> . Gestão de Produtos, Marcas, Comunicação e Preço. Inovação, Tecnologia e Interatividade, Comunicação Empresarial/Institucional.

2 CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DOS PROJETOS

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DO PROJETO		
Grau de adequação às regras da língua portuguesa		
Inadequada	Parcialmente adequada	Adequada
0,0 – 0,3	0,4 – 0,7	0,8 – 1,0
Grau de adequação da relevância para o desenvolvimento científico, tecnológico ou de inovação (ética, social, ambiental e política)		
Inadequada	Parcialmente adequada	Adequada
0,0 – 0,3	0,4 – 0,7	0,8 – 1,0
Originalidade da proposta		
Nenhuma	Razoável	Bastante
0,0 – 0,3	0,4 – 0,7	0,8 – 1,0
Introdução com os elementos adequados (Delimitação do tema e problematização)		
Inadequada	Parcialmente adequada	Adequada
0,0 – 0,3	0,4 – 0,7	0,8 – 1,0
Coerência dos objetivos		
Inadequada	Parcialmente adequada	Adequada
0,0 – 0,3	0,4 – 1,4	1,5 – 2,0
Referencial Teórico e fundamentado na literatura		
Inadequado	Parcialmente adequado	Adequado
0,0 – 0,3	0,4 – 1,4	1,5 – 2,0
Viabilidade técnica (exequibilidade) - capacidade da metodologia proposta de responder aos objetivos		
Inadequada	Parcialmente adequada	Adequada
0,0 – 0,3	0,4 – 0,7	0,8 – 1,0
Referência bibliográfica em nível adequado e padronizada segundo a ABNT		
Inadequada	Parcialmente adequada	Adequada
0,0 – 0,3	0,4 – 0,7	0,8 – 1,0

Fabiola Gomes Farias

Coordenação do Curso de Processos Gerenciais EAD

Universidade Christus

Lia Mara Silva Alves

Coordenação Geral do Núcleo de Educação a Distância - NEAD

Universidade Christus