

## EDITAL 01/2023 UNIDADE UNIVERSITÁRIA TAPES

### PROCESSO SELETIVO SIMPLIFICADO PARA PROFESSOR VOLUNTÁRIO

O Reitor da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, no uso de suas atribuições legais e estatutárias, torna pública a abertura do processo seletivo simplificado (para adesão) de professores voluntários, sem vínculo empregatício ou remuneração, nos termos da Lei Federal 9.608 de 18 de fevereiro de 1998 e Resolução CONEPE 009/2021.

#### CRONOGRAMA DO PROCESSO SELETIVO

PROCEDIMENTOS	DATAS
Publicação do Edital do Processo Seletivo no site da Uergs	16/11/2023
Período de Inscrições nas Unidades Uergs	17 a 24/11/2023
Análise da documentação, entrevistas ( se houver), e classificação preliminar dos candidatos	27/11 a 04/12/2023
Divulgação da pontuação, classificação preliminar dos candidatos e publicação no Site da Uergs	08/12/2023
Período para pedidos de reconsideração da classificação preliminar	09 a 12/12/2023
Respostas aos pedidos de reconsideração da classificação preliminar	18/12/2023
Publicação da classificação final no site da Uergs	20/12//2023
Período para abertura e envio de PROAs contendo a documentação dos candidatos à Coordenadoria de Assuntos Acadêmicos	21/12/2023 a 31/01/2024

#### 1. Das vagas

**1.1** É oferecida **02 vaga(s)** para Professor Voluntário na área de conhecimento: **Administração**.

**1.2** As vagas serão providas para atender ao(s) Componente(s) Curricular(es) do Curso: **Teoria Geral da Administração I; Gestão de Marketing II; Logística e Gestão Estratégica** no período vespertino ou noturno a partir do semestre 2024/1 por até 12 meses, conforme ementas constantes no Anexo III deste edital.

**1.3** É requisito mínimo para inscrição a apresentação de diploma de graduação e pós-graduação *latu senso* ou *stricto senso* na área do conhecimento da vaga.

**1.4** Os componentes deverão ocorrer na modalidade de ensino presencial, exceto para àqueles que estejam identificados como modalidade EAD nos PPC's dos cursos.

**1.5** A prestação de serviço voluntário será realizada nos termos da Lei Federal 9.608



de 18 de fevereiro de 1998, através de celebração de Termos de Adesão, não havendo pagamento nem ressarcimento de despesas decorrentes do trabalho exercido pelo Professor Voluntário.

**1.6** A docência voluntária poderá ser exercida pelo prazo de 12 (doze) meses, permitida a prorrogação, por acordo entre as partes, até o limite total de 24 (vinte e quatro) meses

**1.7** De acordo com a Resolução CONEPE nº 09/2021, o Professor(a) Voluntário(a) poderá exercer atividades de ensino e participar como colaborador de atividades de pesquisa e extensão, em grupos de trabalho de natureza acadêmica, bem como participar em bancas examinadoras na área e/ou em área afim à sua área de formação.

**1.8** A critério do colegiado, a partir do segundo semestre de atuação, poderá ser atribuído mais de um componente curricular ao Professor Voluntário (Resolução CONEPE nº 09/2021)

## **2. DAS INSCRIÇÕES**

**2.1** A divulgação deste Edital, assim como os resultados deste processo seletivo, será realizada no endereço eletrônico seguinte endereço eletrônico desta Unidade Uergs: **<https://uergs.edu.br>**

**2.2** As inscrições serão realizadas, **por meio do envio para o seguinte e-mail desta Unidade Uergs: [unidade-tapes@uergs.edu.br](mailto:unidade-tapes@uergs.edu.br)**, com o envio dos documentos abaixo relacionados a partir do e-mail principal do candidato, dentro do prazo especificado para inscrições:

- a) Formulário de Inscrição (anexo I)
- b) Formulário Critérios de Seleção para Classificação (anexo II)
- c) Currículo completo da plataforma Lattes;
- d) Documento de identidade e CPF;
- e) Comprovante de residência;

**2.3** Os candidatos deverão enviar um único arquivo em pdf contendo os documentos na seguinte ordem:

- a) formulário de inscrição preenchido corretamente e assinado;
- b) formulário de critérios de seleção para classificação, devidamente preenchido, datado e assinado;
- c) diplomas digitalizados que comprovam a titulação mínima exigida.
- d) cópias de outros diplomas (quando houver);
- e) cópia da documentação comprobatória dos itens arrolados no Quadro Anexo II;
- f) laudo médico para comprovação de deficiência, se for o caso;

**2.4** Nos casos em que houver mais de um e-mail de inscrição de um candidato, será considerado somente o último e-mail recebido.

**2.5** É de inteira responsabilidade dos candidatos a observância das regras, critérios, prazos e procedimentos exigidos neste Edital.

### 3. DA RESERVA DAS VAGAS

3.1 De acordo com o artigo 15 da Resolução CONEPE 009/2021, haverá reserva de vaga para candidatos com deficiência e para candidatos autodeclarados pretos, pardos ou indígenas.

3.1.1 - Aos candidatos com deficiência devidamente comprovada através de laudo médico será reservada a vaga.

3.1.2 - Não havendo candidatos com deficiência, a vaga será reservada para candidatos autodeclarados pretos, pardos ou indígenas.

3.2 O candidato com deficiência deverá declarar no formulário de inscrição a espécie e o grau da deficiência, com expressa referência ao código correspondente da Classificação Internacional de Doença – CID e, deverá juntar **laudo médico, contendo a espécie, grau de deficiência e CID para a comprovação da deficiência declarada** no ato de inscrição. Referido laudo deverá ser anexado ao e-mail com a documentação prevista no item 2.2.

3.3 O candidato que deixar de juntar o laudo no ato de inscrição, ainda que tenha declarado no formulário essa condição, não concorrerá ao processo pela reserva de vaga a deficientes, ficando-lhe assegurada a concorrência pela classificação universal.

3.4 O candidato que desejar concorrer ao sistema de cota racial deverá declarar no formulário de inscrição pertencer a uma das categorias cromáticas empregadas pelo IBGE, no qual esteja consignada cor diversa de branca, amarela ou indígena.

3.5 Não havendo aprovação de candidatos inscritos a vaga reservadas, estas serão preenchidas observada a ordem geral de classificação dos demais candidatos.

### 4. DOS CRITÉRIOS DA SELEÇÃO SIMPLIFICADA

4.1 Todos os candidatos serão classificados em ordem decrescente da pontuação final obtida.

4.2 O processo seletivo simplificado ocorrerá por meio de análise de currículo.

4.3 A pontuação atribuída à análise de currículo seguirá os critérios que constam do Quadro Anexo II deste Edital com a respectiva pontuação unitária e máxima. A pontuação máxima em cada item específico define o número de documentos comprobatórios aceitos por títulos e atividades de docência.

4.4 A análise objetiva dos critérios do formulário preenchido, comprovados pelos documentos numerados acostados e o cálculo da pontuação, nos termos da fórmula explicitada no Quadro Anexo I deste Edital, serão realizados por comissão designada pelo colegiado de curso.

### 5. DA CLASSIFICAÇÃO

5.1 A divulgação da classificação final será comunicada no endereço eletrônico do processo seletivo, conforme cronograma deste Edital.

5.2 Da divulgação do resultado preliminar, os candidatos que entenderem que sua pontuação não corresponde à esperada poderão interpor pedido de reconsideração à comissão avaliadora, no prazo de um (1) dia útil.

5.3 Pedidos de reconsideração do resultado preliminar deverão ser enviados para o mesmo e-mail de inscrições com o assunto **PEDIDO DE RECONSIDERAÇÃO** dentro do prazo previsto neste edital.

**5.4** Findo o prazo de análise dos pedidos de reconsideração, será divulgada a lista de classificação final dos candidatos no endereço eletrônico do processo seletivo, conforme cronograma deste Edital.

**5.5** Da divulgação do resultado final não haverá qualquer possibilidade de recurso.

**5.6** No caso de empate no processo seletivo, serão adotados os seguintes critérios de desempate, na seguinte ordem:

- a) candidato com titulação mais elevada;
- b) ter obtido graduação na Uergs;
- c) ter obtido pós-graduação na Uergs;
- d) idade mais elevada no último dia de inscrição;
- e) sorteio público.

## **6. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

**6.1** A convocação oficial dos candidatos selecionados será feita por meio de correspondência eletrônica, e-mail, no(s) endereço(s) indicado(s) pelo Candidato no Formulário de Inscrição. Também serão divulgados os nomes dos candidatos convocados no endereço eletrônico do processo seletivo. A UERGS não se responsabiliza por falhas de comunicação.

**6.2** O candidato que não atender aos prazos estipulados neste Edital, ficará excluído do processo seletivo. Neste caso, a Universidade ficará livre para convocar o próximo candidato classificado à vaga.

**6.3** Caso o candidato seja estrangeiro, deverá comprovar situação regular no país, conforme legislação nacional.

**6.4** O Professor Voluntário será contratado por até doze (12) meses, a critério da UERGS, podendo tal prazo ser prorrogado por igual período, não podendo ser novamente contratado, como professor voluntário.

**6.5** Os casos omissos serão decididos pelo Colegiado do Curso, se necessário.

Porto Alegre, 16 de novembro de 2023.

**Fernando Guaragna Martins**  
**Reitor Interino**

## ANEXO I

FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO		
Nome completo:		
Logradouro e nº:		
Bairro:		Município:
CEP:	U.F.:	Complemento:
Telefone 1:		Telefone 2:
e-mail:		
RG:		Data expedição:
CPF:		Data de Nascimento:
Graduação:		
Especialização/Mestrado:		
Área de atuação:		



## ANEXO II

### QUADRO - CRITÉRIOS PARA CLASSIFICAÇÃO NA SELEÇÃO

1. TITULAÇÃO		
PESO: 4 (Pontos)		
Titulação	Pontuação unitária por titulação	Pontuação máxima por titulação
1.0 Doutorado na área da vaga pretendida	3,00	3,00
1.1 Mestrado	2,00	2,00
1.2 Especialização	0,50	1,00
1.3 Graduação na área da vaga pretendida	0,50	1,00
<b>PONTUAÇÃO TOTAL POR TITULAÇÃO</b>		
PONTUAÇÃO MÁXIMA EM TITULAÇÃO:		
2. EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL		
PESO: 3 (Pontos)		
Atividades	Pontuação unitária por atividade	Pontuação máxima por atividade
2.1 Docência na Educação Superior	1,00 por semestre	4,00
2.2 Docência na Educação Básica – Ensino Médio e Profissionalizante	0,50 por semestre	1,00
<b>PONTUAÇÃO TOTAL DA EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL</b>		
PONTUAÇÃO MÁXIMA EM EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL:		
3. PRODUÇÃO ACADÊMICA		
PESO: 3 (Pontos)		
Atividades	Pontuação unitária por atividade	Pontuação máxima por atividade
Resumo publicado em Anais de Congressos Científicos, na área ou área afim	0,25 por resumo	2,00
Participação em curso ou projeto (pesquisa e/ou extensão) na área ou área afim com 40h ou mais	0,50 para cada 40h	4,00
PONTUAÇÃO MÁXIMA EM PRODUÇÃO ACADÊMICA:		
<b>PONTUAÇÃO FINAL</b>		

**ANEXO III****2024/1 - EMENTA COMPONENTE CURRICULAR TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO I – 04 CR – C/H:60h – CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

<b>Componente Curricular: TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO I</b>		
<b>Código:</b>	<b>Carga Horária:</b> 60h/aula	<b>Créditos:</b> 4
<b>Curso(s):</b> Administração	<b>Semestre(s):</b> 1º	<b>Pré-Requisito(s):</b> Não
<b>Ementa:</b>		
Ao final da disciplina o discente deverá ser capaz de compreender a evolução das teorias administrativas e suas diferentes escolas de pensamento, de modo que, visualize a contribuição de cada uma delas para o desenvolvimento da ciência administrativa.		
<b>Objetivo(s):</b>		
Analisar os antecedentes históricos da Administração e discutir o papel desempenhado pelas diferentes escolas administrativas, sua evolução, adaptação e aplicação ao contexto atual e às necessidades emergentes. Desenvolver um pensamento crítico através de estudos que possibilitem a construção do conhecimento, permitindo ao acadêmico ter condições de promover discussões a respeito da ciência administrativa, bem como sobre a importância do administrador e das organizações para a sociedade.		
<b>Conteúdo Programático:</b>		
1. INTRODUÇÃO À TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO 1.1 Organizações e Administração; 1.2 O Processo da Administração; 1.3 Bases Históricas da Administração.		
2. ABORDAGEM CLÁSSICA DA ADMINISTRAÇÃO 2.1 Administração Científica; 2.2 Teoria Clássica; 2.3 Apreciação crítica.		
3. ABORDAGEM HUMANÍSTICA DA ADMINISTRAÇÃO 3.1 Teoria das Relações Humanas. 3.2 Decorrências da Teoria das Relações Humanas.		
4. ABORDAGEM NEOCLÁSSICA DA ADMINISTRAÇÃO 4.1 Teoria Neoclássica; 4.2 Administração por Objetivos (APO).		
5. ABORDAGEM ESTRUTURALISTA DA ADMINISTRAÇÃO 5.1 Teoria Burocrática. 5.2 Teoria Estruturalista. 5.3 Apreciação crítica		
<b>Referências Bibliográficas Básicas:</b>		
CARAVANTES, Geraldo R.; CARAVANTES, Cláudia B.; KLOECKNER, Mônica C. <b>Administração:</b> teorias e processos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. CHIAVENATO, Idalberto. <b>Introdução à teoria geral da administração.</b> 9ª Ed. Baureri, SP: Manole, 2014. MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. <b>Introdução à administração.</b> São Paulo: Atlas, 2000. 546 p. MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. <b>Teoria geral da administração:</b> da revolução urbana à revolução digital. São Paulo: Atlas, 2012.		
<b>Referências Bibliográficas Complementares:</b>		
CARAVANTES, Geraldo R.; CARAVANTES, Cláudia B.; KLOECKNER, Mônica C. <b>Administração:</b> teorias e processos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. FAYOL, Henri. <b>Administração Industrial e Geral.</b> 10. ed. São Paulo: Atlas, 1994. STONER, James A. F. <b>Administração.</b> 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1994.		



**2024/1 - EMENTA COMPONENTE CURRICULAR GESTÃO DE MARKETING II  
– 04 CR – C/H:60h – CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO****Componente Curricular: GESTÃO DE MARKETING II**

<b>Código:</b>	<b>Carga Horária:</b> 60h/aula	<b>Créditos:</b> 4
<b>Curso(s):</b> Administração	<b>Semestre(s):</b> 5º	<b>Pré-Requisito(s):</b> Gestão de Marketing I

**Ementa:**

Ao concluir a disciplina o discente deverá ter domínio sobre as estratégias de marketing relacionadas a produtos e serviços, preços, distribuição e comunicação, bem como, da formulação da oferta da empresa ao mercado e da identificação dos elementos envolvidos com a implementação dos programas de marketing.

**Objetivo(s):**

Reconhecer de modo integrado os elementos essenciais do mix de marketing e seu relacionamento com a satisfação do mercado-alvo estabelecido pela organização. Projetar estratégias de marketing envolvendo as variáveis endógenas e exógenas que contemplam o gerenciamento, nos diferentes tipos organizacionais.

**Conteúdo Programático:**

1. ESTRATÉGIAS DE PRODUTOS E SERVIÇOS
  - 1.1 Conceito de produto;
  - 1.2 Classificações dos produtos;
  - 1.3 Decisões individuais de produtos;
  - 1.4 Decisões de mix de produtos;
  - 1.5 Marketing de serviços;
  - 1.6 Marketing de produtos e serviços internacionais.
2. DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS E ESTRATÉGIAS PARA O CICLO DE VIDA DOS PRODUTOS
  - 2.1 Estratégias de desenvolvimento de novos produtos;
  - 2.2 Estratégias do ciclo de vida dos produtos;
  - 2.3 Estágios dos produtos.
3. DETERMINAÇÃO DE PREÇOS
  - 3.1 Determinação de preços: fatores a considerar;
  - 3.2 Abordagens gerais da determinação de preços.
4. CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO
  - 4.1 A natureza dos canais de distribuição;
  - 4.2 Comportamento e organização do canal;
  - 4.3 Decisões de projeto do canal;
  - 4.4 Decisões de gerenciamento de canal.
5. VAREJO E ATACADO
  - 5.1 Varejo;
  - 5.2 Tipos varejistas;
  - 5.3 Decisões sobre o marketing de varejo;
  - 5.4 O futuro do varejo;
  - 5.5 Atacado;
  - 5.6 Participantes do canal de atacado;
  - 5.7 Decisões de marketing do atacado;
  - 5.8 Perspectivas do atacado.
6. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DE MARKETING
  - 6.1 Mix de comunicação de marketing;
  - 6.2 Comunicação integrada de marketing;
  - 6.3 Uma visão do processo de comunicação;
  - 6.4 Estágios no processo de comunicações efetivas;
  - 6.5 Estabelecendo o orçamento total e do mix de promoção;
  - 6.6 Comunicação de marketing socialmente responsável.
7. PROPAGANDA, PROMOÇÃO DE VENDAS E RELAÇÕES PÚBLICAS
  - 7.1 Propaganda;
  - 7.2 Promoção de vendas;
  - 7.3 Relações públicas.
8. VENDA PESSOAL E ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS
  - 8.1 O papel da venda pessoal
  - 8.2 Gerenciamento da força de vendas
  - 8.3 Princípios da venda pessoal.
9. MARKETING DIRETO E ONLINE: O NOVO MODELO DE MARKETING
  - 9.1 Conceito de marketing direto;

- 9.2 Benefícios e crescimento do marketing direto;
- 9.3 Banco de dados do cliente e marketing direto;
- 9.4 Formas de marketing direto;
- 9.5 Marketing online e comércio eletrônico;
- 9.6 Marketing direto integrado.

**Referências Bibliográficas Básicas:**

CHURCHILL JR., Gilbert A.; MOREIRA, Cid Knipel (Trad.). **Marketing: criando valores para os clientes**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.  
 KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.  
 LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de serviços**. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2012.  
 LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de varejo**. São Paulo: Atlas, 1992.

**Referências Bibliográficas Complementares:**

KOTLER, P. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.  
 LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de vendas**. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 1991.  
 MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2001.  
 SOUZA, Francisco Alberto Madia. **Marketing trends 2003: as mais importantes tendências do marketing para os próximos anos**. São Paulo: LCTE, 2003.

**2024/2 - EMENTA COMPONENTE CURRICULAR LOGÍSTICA – 04 CR – C/H:60h – CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**Componente Curricular: LOGÍSTICA**

<b>Código:</b>	<b>Carga Horária:</b> 60h/aula	<b>Créditos:</b> 4
<b>Curso(s):</b> Administração	<b>Semestre(s):</b> 5º	<b>Pré-Requisito(s):</b> Não

**Ementa:**

Compreensão das principais atividades logísticas e suas operações; Identificação da aplicabilidade prática dos conceitos propostos, entre eles: gestão das cadeias agroindustriais de produção, suprimento, armazenamento de materiais, embalagem, movimentação de materiais, distribuição e transporte, além de adequá-los à realidade regional bem como no contexto geral das unidades agroindustriais.

**Objetivo(s):**

Compreender os saberes concernentes à atividade logística e suas operações, bem como analisar o conceito de cadeia de suprimentos e sua importância estratégica para a eficiência operacional e comercial das unidades agroindustriais.

**Conteúdo Programático:**

1. CADEIAS AGROINDUSTRIAIS DE PRODUÇÃO (*FILIÈRES*)
  - 1.1 Conceito;
  - 1.2 Estrutura;
  - 1.3 Funcionamento.
2. *COMMODITY SYSTEM APPROACH (CSA)*
  - 2.1 Conceito;
  - 2.2 Estrutura;
  - 2.3 Funcionamento.
3. COMPARAÇÃO ENTRE O SISTEMA DE CADEIAS AGROINDUSTRIAIS DE PRODUÇÃO (CAP) E O SISTEMA CSA
  - 3.1 Diferenças e similaridades;
  - 3.2 Vantagens e desvantagens recíprocas.
4. LOGÍSTICA
  - 4.1 Conceito;
  - 4.2 Objetivos da gestão logística;
  - 4.3 Tipos de logística (de suprimentos, de produção e de distribuição);
  - 4.4 Conceito de logística integrada;
  - 4.5 A logística e a atividade de produção;
  - 4.6 A logística e a atividade de marketing;
  - 4.7 As operações logísticas:
    - 4.7.1 Entrada e processamento de pedidos/documentos;
    - 4.7.2 Gestão da Informação;
    - 4.7.3 Movimentação de materiais;
    - 4.7.4 Inspeção;
    - 4.7.5 Armazenagem;



- 4.7.6 Separação;
- 4.7.7 Embalagem;
- 4.7.8 Transporte;
- 4.7.9 Serviços ao cliente.
- 4.8 Hierarquia de decisões em logística (estratégicas, táticas e operacionais);
- 4.9 Atividades-chaves da logística e o custo logístico;
- 4.10 Atividade de apoio da logística.
- 5. SISTEMAS DE INFORMAÇÕES LOGÍSTICAS
- 6. TRANSPORTE LOGÍSTICO
  - 6.1 Modal Ferroviário;
  - 6.2 Modal Hidroviário;
  - 6.3 Modal Rodoviário;
  - 6.4 Modal Aeroviário;
  - 6.5 Modal Dutoviário.
  - 6.6 Relação entre os modais de transporte;
  - 6.7 Transporte Multimodal;
  - 6.8 Transporte Internacional;
  - 6.9 Custos e tarifas de transporte;
  - 6.10 Tarifas internacionais: INCOTERMS.
- 7. GESTÃO DE ESTOQUES
  - 7.1 Tipos de estoque;
  - 7.2 Funções do estoque;
  - 7.3 Estratégias operacionais de estoque;
  - 7.4 Equipamentos de estocagem e movimentação;
  - 7.5 Manutenção de estoques – conceito;
    - 7.5.1 Custos de manutenção de estoques.
- 8. MANUSEIO DE MATERIAIS
  - 8.1 Níveis de embalagem;
  - 8.2 Unitização de cargas;
  - 8.3 Paletização de cargas;
  - 8.4 Containerização de cargas.
- 9. NOÇÕES DE LAYOUT DE ESPAÇO
- 10. PREVISÃO DE DEMANDA
  - 10.1 Métodos qualitativos;
  - 10.2 Métodos quantitativos.
- 11. CONCEITO DE GESTÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS (*SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*)
  - 11.1 A importância estratégica da formação de uma cadeia de suprimentos;
  - 11.2 Determinantes da formação de uma cadeia de suprimentos;
  - 11.3 Desafios e obstáculos à formação de uma cadeia de suprimentos;
  - 11.4 A relação entre o conceito de cadeia de suprimentos e as CSA's/CAP's.
- 12. LOGÍSTICA REVERSA.

**Referências Bibliográficas Básicas:**

- ALVARENGA, A. C. NOVAES, A. G. **A logística aplicada:** suprimento e distribuição física. 2ª ed. São Paulo: Pioneira, 2008.
- BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial:** transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 1995.
- BATALHA, O. M. **Gestão agroindustrial.** 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- POZO, H. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos.** São Paulo: Atlas, 2015.

**Referências Bibliográficas Complementares:**

- DIAS, M. A. P. **Administração de materiais:** uma abordagem logística. São Paulo: Maltese, 2002.
- DIAS, M. A. D. **Logística, transporte e infraestrutura:** armazenagem, operador logístico, gestão via TI e multimodal. São Paulo: Atlas, 2012.

**2024/2 - EMENTA COMPONENTE CURRICULAR GESTÃO ESTRATÉGICA – 04 CR –  
C/H:60h – CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

<b>Componente Curricular: GESTÃO ESTRATÉGICA</b>		
<b>Código:</b>	<b>Carga Horária:</b> 60h/aula	<b>Créditos:</b> 4
<b>Curso(s):</b> Administração	<b>Semestre(s):</b> 6º	<b>Pré-Requisito(s):</b> Não
<b>Ementa:</b>		
Ao final do componente curricular, o discente deve ter a competência e habilidade para realizar uma análise do ambiente organizacional e realizar o planejamento estratégico de qualquer organização/negócio.		
<b>Objetivo(s):</b>		
Analisar os saberes relativos ao conceito de estratégia, especialmente o de estratégia organizacional, seus fundamentos e características, bem como a importância da implementação de um planejamento estratégico para a sobrevivência do negócio no mercado.		
<b>Conteúdo Programático:</b>		
1. OS TRÊS CONCEITOS FUNDAMENTAIS DA SOBREVIVÊNCIA ORGANIZACIONAL		
1.1 Planejamento;		
1.2 Competitividade;		
1.3 Estratégia.		
2. VARIÁVEIS DO PLANEJAMENTO		
2.1 Recursos;		
2.2 Tempo;		
2.3 Complexidade;		
2.4 Ambiente.		
3. TIPOS DE AMBIENTE		
3.1 Ambiente interno;		
3.2 Ambiente externo.		
4. ELEMENTOS DO AMBIENTE EXTERNO		
4.1 Elementos tecnológicos;		
4.2 Elementos econômicos;		
4.3 Elementos políticos e legais;		
4.4 Elementos socioculturais;		
4.5 Elementos internacionais.		
5. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DO AMBIENTE EXTERNO		
5.1 Frequência de mudanças tecnológicas;		
5.2 Frequência de mudanças nos hábitos dos consumidores;		
5.3 Características da concorrência;		
5.4 Grau de exigência dos consumidores;		
5.5 Grau de exigência legal.		
6. O AMBIENTE DAS TAREFAS OU AMBIENTE ESPECÍFICO EXTERNO		
6.1 Clientes (consumidores);		
6.2 Competidores (concorrentes);		
6.3 Fornecedores (provedores de recursos);		
6.4 Reguladores (governo e grupos de interesse);		
6.5 Parceiros estratégicos.		
7. ELEMENTOS E ANÁLISE DO AMBIENTE INTERNO		
7.1 Elementos tecnológicos;		
7.2 Capacidade de investimento;		
7.3 Ambiente físico;		
7.4 Clima organizacional;		
7.5 Elemento humano;		
7.6 Cultura organizacional;		
7.7 Disponibilidade de recursos.		
8. PRINCIPAIS RAZÕES PARA O PLANEJAR ESTRATÉGICO		
8.1 Exposição a um ambiente global;		
8.2 Processo de reestruturação contínuo;		
8.3 Busca pela competitividade (qualidade);		
8.4 Capacidade de reação à mudanças ambientais.		
9. VANTAGENS E DESVANTAGENS DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO		
10. O OBJETIVO ESTRATÉGICO E SUA IMPORTÂNCIA		
10.1 Diferenças entre objetivo estratégico, tático e operacional;		
10.2 Formulação do objetivo estratégico;		



- 10.3 O desdobramento e integração entre os objetivos estratégico, tático e operacional;
- 10.4 A construção dos conceitos de Missão, de Visão e de Princípios e Valores.

#### 11. ESTUDO DA ESCOLA DE DESIGN COMO MODELO BÁSICO:

- 11.1 Instrumentos da Escola do Design: Matriz SWOT e *Brainstorming*;
- 11.2 O processo de implantação da estratégia segundo a Escola do *Design*;
- 11.3 Crítica à Escola do *Design*.

#### 12. ESTUDO DA ESCOLA DO POSICIONAMENTO COMO MODELO PARA ENFRENTAR AS AMEAÇAS COMPETITIVAS DO MERCADO

- 13.1 Origem e evolução da Escola do Posicionamento;
- 13.2 As cinco forças/ameaças de Michael Porter;
- 13.3 O conceito de vantagem competitiva;
- 13.4 As estratégias criadoras da vantagem competitiva;
  - 13.4.1 Liderança em custo;
  - 13.4.2 Liderança em diferenciação;
  - 13.4.3 Liderança em foco.
- 13.5 O processo de implantação da estratégia segundo a Escola do Posicionamento;
- 13.6 Críticas à Escola do Posicionamento.

#### 13. O *BALANCED SCORECARD* (BSC) COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO ESTRATÉGICA

- 13.1 Conceito;
- 13.2 A variável financeira;
- 13.3 A variável cliente;
- 13.4 A variável processo de negócios;
- 13.5 A variável aprendizado e crescimento;
- 13.6 Os conceitos de: objetivos, medidas, metas e iniciativas.
- 13.7 5W2H

#### Referências Bibliográficas Básicas:

LAMPEL, Joseph, MINTZBERG, Henry. **Safári de estratégia**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.  
MINTZBERG, H.; QUINN, J. B. **O processo da estratégia**. 3ª Ed. São Paulo: Bookman, 2001.  
NORTON, D., KAPLAN, R. **Balanced Scorecard: a estratégia em ação**. São Paulo: Campus, 2008.  
PORTER, Michael. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1989.

#### Referências Bibliográficas Complementares:

CERTO, S. C.; PETER, J. P. **Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia**. São Paulo: Makron Books, 1993.  
OLIVEIRA, D. P. R. **Administração estratégica na prática: a competitividade para administrar o futuro das empresas**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2013.



**ANEXO IV – PEDIDO DE RECONSIDERAÇÃO**

Nome completo:		
Logradouro e nº:		
Bairro:		Município:
CEP:	U.F.:	Complemento:
Telefone 1:		Telefone 2:
e-mail:		
RG:		CPF:
Nº do edital:		Unidade Uergs:
<b>Motivo do recurso</b> (explique, objetivamente com o que não concordou na sua avaliação no processo seletivo)		