

## EDITAL N° 01/2024 UNIDADE TAPES

### PROCESSO SELETIVO SIMPLIFICADO PARA PROFESSOR(A) COLABORADOR(A) VOLUNTÁRIO(A)

A Reitora em exercício 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(as) Colaboradores(as) Voluntários(as), 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	25/11/2024
Período de Inscrições nas Unidades Uergs	25/11/2024 a 04/12/2024
Análise da documentação dos candidatos e classificação	05/12/2024 a 09/12/2024
Divulgação da pontuação e classificação preliminar dos candidatos pelas Unidades no site da Uergs	10/12/2024
Período para pedidos de reconsideração da classificação preliminar	11/12/2024 a 13/12/2024
Respostas aos pedidos de reconsideração e a divulgação final da classificação	18/12/2024
Publicação da classificação final no site da Uergs	20/12/2024
Período para abertura e envio de PROAs contendo a documentação dos candidatos à Coordenadoria de Assuntos Acadêmicos	06/01/2025 a 13/01/2025
Cadastro de Professores(as) Colaboradores(as) Voluntários(as) Selecionados(as)	A partir de 14/01/2025



## 1. DAS VAGAS

1.1 São oferecidas 04 (quatro) vagas para Professor(a) Colaborador(a) Voluntário(a), sendo 01 (uma) vaga para o Curso de Bacharelado em Gestão Ambiental e 03 (três) vagas para o Curso de Bacharelado em Administração. Nas áreas de conhecimento:

**01 (uma) vaga** na ÁREA DE CONHECIMENTO NA **GESTÃO AMBIENTAL** (com graduação em Gestão Ambiental ou áreas afins e pós-graduação *Lato Sensu* na área de Gestão Ambiental ou áreas afins) – componente curricular: **Auditoria e Certificação Ambiental** (modalidade presencial).

**02 (duas) vagas** na ÁREA DE CONHECIMENTO NA **ADMINISTRAÇÃO** (com graduação em Administração ou áreas afins e pós-graduação *Lato Sensu* na área de Administração ou áreas afins) – componentes curriculares: **Gestão de Marketing I** (modalidade EAD) ou **Negociação Empresarial** (modalidade presencial).

**01 (uma) vaga** na ÁREA DE CONHECIMENTO NA **ECONOMIA OU CONTABILIDADE** (com graduação em Economia ou Contabilidade ou áreas afins e pós-graduação *Lato Sensu* na área de Economia ou Contabilidade ou áreas afins) – componente curricular: **Elementos de Micro e Macroeconomia** (modalidade EAD).

1.2 As vagas serão providas para atender ao(s) Componente(s) Curricular(es) do Curso de Bacharelado em Administração ou do Curso de Bacharelado em Gestão Ambiental no período noturno a partir do semestre 2025/1 por até 12 (doze) 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 *Lato Sensu* na área do conhecimento da vaga.

1.4 Os componentes curriculares deverão ocorrer na modalidade de ensino presencial, exceto para aqueles 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, por meio de celebração de Termos de Adesão, não havendo pagamento nem ressarcimento de despesas decorrentes do trabalho exercido pelo(a) Professor(a) Colaborador(a) Voluntário(a).

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.

## 2. DAS INSCRIÇÕES

2.1 A divulgação deste Edital, assim como os resultados deste processo seletivo, será realizada no endereço eletrônico <https://www.uergs.edu.br/processos-seletivos-professores-voluntarios>.

2.2 As inscrições serão realizadas, através do e-mail [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(a) candidato(a), 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 (As) candidatos(as) 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(a) candidato(a), será considerado somente o último e-mail recebido.

**2.5** É de inteira responsabilidade dos(as) candidatos(as) 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.

### **5. A ANÁLISE DE CURRÍCULO**

**5.1** A pontuação atribuída à análise de currículo seguirá os critérios que constam do Quadro I do 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.



**5.2** A análise objetiva dos critérios do formulário preenchido, comprovados pelos documentos numerados acostados e a conferência da pontuação, serão realizados por comissão designada pelos colegiados de curso da Unidade em Tapes.

## **6. DA CLASSIFICAÇÃO**

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

**6.2** 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.

**6.3** 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.

**6.4** 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.

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

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

- I – candidato com titulação mais elevada;
- II – ter obtido graduação na Uergs;
- II - ter obtido pós-graduação na Uergs;
- III - idade mais elevada no último dia de inscrição;
- IV - sorteio público.

## **7. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

**7.1** 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 falha de comunicação.

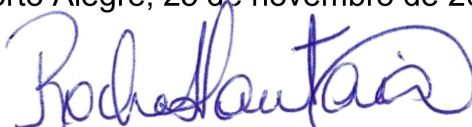
**7.2** O candidato que não atender aos prazos estipulados neste Edital, ficará excluído do processo seletivo. Neste caso, a Universidade ficará livre para convocar o próximo candidato classificado à vaga.

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

**7.4** 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.

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

Porto Alegre, 25 de novembro de 2024.



**Rochele da Silva Santaiana**  
**Reitora em Exercício**



## ANEXO I

FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO		
Nome completo:		
Logradouro e n°:		
Bairro:		Município:
CEP:	U.F.:	Complemento:
Telefone 1:		Telefone 2:
e-mail:		
RG:		Data expedição:
CPF:		Data de Nascimento:
Graduação:		
Pós-Graduação:		
Vaga (indicar componente curricular):		
Área de atuação:		



## ANEXO II

### QUADRO I - CRITÉRIOS PARA CLASSIFICAÇÃO NA SELEÇÃO

<b>1. TITULAÇÃO</b>			
<b>Titulação</b>	<b>Pontuação unitária por titulação</b>	<b>Pontuação máxima por titulação</b>	<b>Pontuação solicitada</b>
<b>1.0</b> Doutorado na área da vaga pretendida	3,00	3,00	
<b>1.1</b> Mestrado	2,00	2,00	
<b>1.2</b> Especialização	0,50	1,00	
<b>1.3</b> Formação docente	0,50	1,00	
<b>PONTUAÇÃO TOTAL POR TITULAÇÃO</b>			
<b>2. EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL</b>			
<b>Atividades</b>	<b>Pontuação unitária por atividade</b>	<b>Pontuação máxima por atividade</b>	<b>Pontuação solicitada</b>
<b>2.1</b> Docência na Educação Superior	0,50 por semestre	2,00	
<b>2.2</b> Docência na Educação Básica – Ensino Médio e Profissionalizante	0,25 por semestre	1,00	
<b>PONTUAÇÃO TOTAL DA EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL</b>			
<b>PONTUAÇÃO FINAL</b>			



## ANEXO III

### 2025/1 – EMENTAS COMPONENTES CURRICULARES

#### CURSO DE BACHARELADO EM GESTÃO AMBIENTAL

Componente Curricular: Auditoria e Certificação Ambiental			
Código:	Carga Horária (horas): 60	Créditos: 4	<input checked="" type="checkbox"/> Obrigatório ( ) Eletivo
Curso(s):	Semestre(s):	Pré-Requisito(s):	
Bacharelado em Gestão Ambiental	8º	Gestão Ambiental e Responsabilidade Social	
<b>Ementa:</b>			
Tipos de Auditorias Ambientais. Auditoria Ambiental segundo a Câmara de Comércio Internacional. Evolução dos programas de Auditoria Ambiental. Auditoria Ambiental segundo o EMAS. Auditoria Ambiental conforme as normas ISO 14.000. Auditores e Certificação de Auditores. Auditorias obrigatórias e voluntárias. O sistema brasileiro de certificação ambiental. Planejamento e condução de Auditoria Ambiental. Instrumentos de Auditoria.			
<b>Objetivo(s):</b>			
Fornecer ao aluno uma noção ampla sobre o processo de auditoria ambiental.			
<b>Conteúdo Programático:</b>			
1. Sistema de gestão Ambiental e Auditoria; 2. Aplicações da Auditoria Ambiental; 3. Auditoria Ambiental e legislação; 4. ISO19.011:2002; 5. Planejamento e Condução de Auditoria Ambiental; 6. Pré-auditoria, Auditoria e Pós-auditoria; 7. Relatório Técnico de Auditoria; 8. O Sistema Brasileiro de Certificação Ambiental; 9. Critérios para qualificação de Auditores; 10. O processo de evolução da Auditoria Ambiental; 11. Auditoria Ambiental Voluntária vs. Obrigatória; 12. Tendências da Auditoria Ambiental.			
<b>Referências Bibliográficas Básicas:</b>			
BARBIERI, J. C. Gestão ambiental: conceitos, modelos e instrumentos. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2012.			
CALLENBACH, E. et al. Gerenciamento ecológico: guia do Instituto Elmwoodde Auditoria Ecológica e Negócios Sustentáveis. São Paulo: Cultrix, 1993.			
PHILIPPI JR., A.; ROMERO, M. A.; BRUNA, G. C. (ed.). Curso de gestão ambiental. São Paulo: Manole, 2004.			
LAROVERE, E. (coord). Manual de auditoria ambiental. 2.ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.			
TACHIZAWA, T. Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégia de negócios focadas na realidade brasileira. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011.			



## CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

<b>Componente Curricular: Elementos de Micro e Macroeconomia</b>			
Código:	Carga Horária (horas): 60	Créditos: 4	(x)Obrigatório ( )Eletivo
Curso(s):	Semestre(s):	Pré-Requisito(s):	
Bacharelado em Administração	3º	História do Pensamento Econômico	
<b>Ementa:</b>			
<p>A disciplina deverá desenvolver no discente a capacidade analítica a respeito do papel do Estado na economia tanto no que diz respeito ao seu planejamento como no seu desenvolvimento. Também procura desenvolver saberes que o permita analisar como os agentes econômicos (empresas e indivíduos) se comportam diante dos diferentes eventos econômicos.</p>			
<b>Objetivo(s):</b>			
<p>Entender os princípios básicos da ciência econômica, destacando a divisão clássica da economia (macro e microeconomia), com intuito de desenvolver o conhecimento a respeito do papel de indução do Estado no desenvolvimento econômico e a consequente atuação dos agentes econômicos nos diferentes setores.</p>			
<b>Conteúdo Programático:</b>			
<p>1. INTRODUÇÃO À ECONOMIA 1.1 Conceitos básicos; 1.2 Questões econômicas fundamentais; 1.3 Sistemas econômicos; 1.4 Breve retrospectiva da evolução das ideias econômicas; 1.5 Princípios da ciência econômica. 2. MICROECONOMIA 2.1 Noções de oferta e demanda; 2.2 Elasticidade e suas aplicações; 2.3 Consumidores produtores e a eficiência dos mercados; 2.4 Externalidades; 2.5 Bens públicos e recursos comuns; 2.6 Custos de Produção; 2.7 Estruturas de mercado; 2.8 Mercado de fatores de produção; 2.9 Teoria da escolha do consumidor. 3. MACROECONOMIA 3.1 Introdução à macroeconomia; 3.1.1 Objetivos da teoria macroeconômica; 3.1.2 Evolução da teoria macroeconômica. 3.2 Agregados macroeconômicos: noções de Contabilidade Social; 3.3 Determinação da renda e do produto nacionais; 3.4 Produção e crescimento econômico; 3.5 Poupança, investimento e o sistema financeiro; 3.6 Interligação entre o lado real e o lado monetário: análise IS-LM; 3.7 Política monetária; 3.8 Política fiscal; 3.9 Índices de preços ao consumidor; 3.10 Setor externo. 3.11 O papel indutor do Estado no desenvolvimento econômico.</p>			
<b>Referências Bibliográficas Básicas:</b>			
<p>MANKIWI, N. Gregory. Introdução à economia. Tradução da 6ª Ed. Norte americana. São Paulo: Cengage Learning, 2014.</p> <p>PINHO, Diva Benevides; VASCONCELLOS, Marco Antônio S. (org.) Manual de Introdução à economia. São Paulo: Saraiva, 2006.</p> <p>ROSSETTI, José Paschoal. Introdução à economia. 20ª Ed. São Paulo: Atlas, 2003.</p>			
<b>Referências Bibliográficas Complementares:</b>			
<p>BLANCHARD, Olivier. Macroeconomia. 5ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.</p> <p>PINDYCK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel. Microeconomia. 7ª Ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.</p> <p>VASCONCELLOS, Marco Antônio S. Economia: micro e macro. 5ª Ed. São Paulo: Atlas, 2011.</p>			





Componente Curricular: Gestão de Marketing I			
Código:	Carga Horária (horas): 60	Créditos: 4	<input checked="" type="checkbox"/> Obrigatório ( )Eletivo
Curso(s):	Semestre(s):	Pré-Requisito(s):	
Bacharelado em Administração	4º	Não	
<b>Ementa:</b>			
<p>Ao final da disciplina o discente deverá entender o marketing como filosofia organizacional, justificando a sua importância e aplicabilidade estratégica nas organizações. Deverá conhecer os elementos formadores do sistema de marketing e das diferentes etapas que devem ser seguidas para operacionalizá-lo; identificar os diferentes tipos de mercado e compreender o comportamento de compra de cada um deles; e, apreender conhecimento acerca das decisões de marketing aplicadas ao mercado global.</p>			
<b>Objetivo(s):</b>			
<p>Conhecer o papel estratégico do marketing e as principais decisões envolvidas. Aplicar os fundamentos do processo gerencial do marketing e descrever sua relação com o comportamento dos diferentes tipos de clientes no mercado.</p>			
<b>Conteúdo Programático:</b>			
<p>1. MARKETING EM UM MUNDO DE MUDANÇA: CRIANDO VALOR E SATISFAÇÃO PARA O CLIENTE 1.1 Conceito de Marketing; 1.2 Administração de Marketing; 1.3 Filosofias de administração de Marketing; 1.4 Oportunidades do Marketing na era da internet. 2. O AMBIENTE DE MARKETING 2.1 O microambiente da empresa; 2.2 O macro ambiente da empresa. 3. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E PROCESSOS DE MARKETING 3.1 Planejamento estratégico; 3.2 Desenvolvimento do portfólio de negócios. 4. PESQUISA E SISTEMA DE INFORMAÇÃO DE MARKETING 4.1 Sistema de informação de marketing; 4.2 O processo de pesquisa de marketing; 4.3 Outras considerações sobre pesquisa de marketing. 5. MERCADOS CONSUMIDORES E COMPORTAMENTO DE COMPRA DO CONSUMIDOR 5.1 Modelo do comportamento do consumidor; 5.2 Características que afetam o comportamento do consumidor; 5.3 Tipos de comportamento de compra; 5.4 Processo de decisão do comprador; 5.5 Processo de decisão do comprador para novos produtos; 5.6 Comportamento do consumidor no mercado internacional. 6. MERCADOS EMPRESARIAIS E COMPORTAMENTO DE COMPRA ORGANIZACIONAL 6.1 Mercado empresarial; 6.2 Comportamento do comprador organizacional; 6.3 Mercado institucional e governamental. 7. SEGMENTAÇÃO, IDENTIFICAÇÃO E POSICIONAMENTO DE MERCADO PARA OBTER VANTAGEM COMPETITIVA 7.1 Segmentação de mercado; 7.2 Identificação do mercado; 7.3 Posicionamento para obter vantagem competitiva. 8. ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS: ATRAIR, RETER E CULTIVAR CLIENTES 8.1 Marketing de relacionamento com o cliente; 8.2 Estratégias competitivas de marketing; 8.3 Equilíbrio entre a orientação para o cliente e orientação para o concorrente. 9. O MERCADO GLOBAL 9.1 Marketing global no século XXI; 9.2 Exame do ambiente do marketing global; 9.3 Decisão de partir para o comércio internacional; 9.4 Decisão de como entrar no mercado; 9.5 Decisão sobre marketing global; 9.6 Decisão sobre a organização para o marketing global.</p>			
<b>Referências Bibliográficas Básicas:</b>			
<p>KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.</p> <p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing: conceitos, exercícios, casos. 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 1997.</p>			



MCDONALD, Malcolm. Planos de marketing. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. Comportamento do consumidor. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

**Referências Bibliográficas Complementares:**

COBRA, Marcos. Administração de marketing. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 1992.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. 12ª Ed. São Paulo: Pearson, 2008.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

<b>Componente Curricular: Negociação Empresarial</b>		
Código:	Carga Horária (horas): 30	Créditos: 2 ( ) Obrigatório ( X ) Eletivo
Curso(s):	Semestre(s):	Pré-Requisito(s):
Bacharelado em Administração	Eletivo	Não
<b>Ementa:</b>		
A compreensão sobre a influência da negociação na composição das estratégias centrais do ambiente empresarial e organizacional, com o foco sobre a competitividade da atualidade.		
<b>Objetivo(s):</b>		
Compreender a negociação: conceitos e noções básicas, processos, técnicas, aplicações e práticas de implementação no âmbito da administração contemporânea e competitiva.		
<b>Conteúdo Programático:</b>		
1. NEGOCIAÇÃO EMPRESARIAL: CONCEITOS E NOÇÕES INTRODUTÓRIOS 1.1 Dimensões históricas da negociação no ambiente empresarial 1.2 Etapas e diretrizes da negociação empresarial 2. ESTILOS E CARACTERÍSTICAS DA NEGOCIAÇÃO NO ÂMBITO EMPRESARIAL 3. NEGOCIAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE CONFLITOS 4. ASPECTOS COMPORTAMENTAIS DA NEGOCIAÇÃO 5. METODOLOGIAS E TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO EMPRESARIAL 6. A NEGOCIAÇÃO E OS DESAFIOS NA GLOBALIZAÇÃO E COMPETITIVIDADE ORGANIZACIONAL CONTEMPORÂNEA.		
<b>Referências Bibliográficas Básicas:</b>		
MARTINELLI, Dante Pinheiro. Negociação Empresarial: enfoque sistêmico e visão estratégica. São Paulo: Manole, 2015.		
MARTINELLI, Dante Pinheiro. Negociação Empresarial: estudos de casos brasileiros. São Paulo: Paco Editorial, 2012.		
DANTE PINHEIRO MARTINELLI, D.P.; FLÁVIA ANGELI GHISI NIELSEN, F.A.G.; MARTINS, T. M. Negociação: conceitos e aplicações práticas. São Paulo: Saraiva, 2010. 268 p.		
SANTOS, Welinton dos. Técnicas de negociações como fator estratégico, São Paulo, 2009.		
<b>Referências Bibliográficas Complementares:</b>		
MARTINELLI, Dante Pinheiro; ALMEIDA, Ana P. Negociação e Solução de Conflitos. São Paulo: Atlas, 1998.		
MELLO, José Carlos Martins. Negociação baseada em estratégia. São Paulo. Ed. Atlas, 2005.		

## ANEXO IV – PEDIDO DE RECONSIDERAÇÃO

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