

**ANEXO IV – EDITAL Nº 77/2024 – PROGRAMA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA – 2024.2/2025.1**

**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**1 ÁREA DE CONHECIMENTO, NÚMERO DE VAGAS E BOLSAS**

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

<b>Área</b>	<b>Linhas de Pesquisa</b>
<b>Empreendedorismo</b>	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.
<b>Estratégia e Modelo de Negócios Inovadores</b>	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.
<b>Estudos Organizacionais</b>	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.
<b>Gestão de Operações</b>	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.
<b>Gestão de Pessoas</b>	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.
<b>Ensino e Aprendizagem em Administração</b>	O Ensino de Administração e as Novas Tecnologias. Formação do Professor e do Pesquisador. Aprendizagem e Formação acadêmica. Ação Docente e Ambiente de Aprendizagem. Planejamento e Organização de Cursos e Programas. O Contexto Institucional do Ensino e da Pesquisa. Estudos Históricos, Reflexivos ou Críticos sobre a Área de Administração. Casos para Ensino em Administração. Educação para a Sustentabilidade na Administração.
<b>Gestão Financeira e Orçamentária</b>	Finanças Corporativas. Governança Corporativa e Estrutura de Propriedade. Gestão de Riscos e Derivativos. Investimento e Apreçamento 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.
<b>Mídia, Comunicação e Marketing</b>	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.
<b>Gestão Socioambiental</b>	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.

## 2 CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DOS PROJETOS

<b>CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DO PROJETO</b>		
<b>Adequação às normas da língua portuguesa e da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT)</b>		
Inadequada	Parcialmente adequada	Adequada
0,0 – 0,3	0,4 – 0,7	0,8 – 1,0
<b>Relevância para o desenvolvimento científico, tecnológico ou de inovação (ética, social, ambiental e política)</b>		
Inadequada	Parcialmente adequada	Adequada
0,0 – 0,3	0,4 – 0,7	0,8 – 1,0
<b>Originalidade da proposta</b>		
Nenhuma	Razoável	Bastante
0,0 – 0,3	0,4 – 0,7	0,7 – 1,0
<b>Introdução (contextualização, exposição do tema e problematização)</b>		
Inadequada	Parcialmente adequada	Adequada
0,0 – 0,3	0,4 – 0,7	0,8 – 1,0
<b>Coerência dos objetivos</b>		
Inadequada	Parcialmente adequada	Adequada
0,0 – 0,3	0,4 – 1,4	1,5 – 2,0
<b>Referencial teórico atualizado e fundamentado na literatura</b>		
Inadequado	Parcialmente adequado	Adequado
0,0 – 0,3	0,4 – 1,4	1,5 – 2,0
<b>Metodologia (tipo, classificação e delineamento da pesquisa)</b>		
Inadequado	Parcialmente adequado	Adequado
0,0 – 0,3	0,4 – 0,7	0,8 – 1,0
<b>Viabilidade da pesquisa (capacidade da metodologia proposta de responder aos objetivos, considerando cronograma e orçamento)</b>		
Inadequada	Parcialmente adequada	Adequada
0,0 – 0,3	0,4 – 0,7	0,8 – 1,0
<b>Referencial bibliográfico (quantidade e pertinência das citações) e sua adequação ao padrão da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT)</b>		
Inadequada	Parcialmente adequada	Adequada
0,0 – 0,3	0,4 – 0,7	0,8 – 1,0

**Elnivan Moreira de Souza**

Coordenação de Pesquisa e Monitoria do Curso de Administração

Centro Universitário Christus (Unichristus)