
EDITAL Nº 048/2016 (complementar ao edital 047/2016)

O presidente da Comissão do Processo Seletivo da Pós Graduação em Gestão Estratégica de Negócios, turma IV, ofertada pela UNESPAR-PARANAGUÁ, professor Sandro Deretti, no uso de suas atribuições legais e, considerando o edital nº 047/2016 de 26 de outubro de 2016,

TORNA PÚBLICO:

Este edital complementar, nº 048/2016 referente às linhas de pesquisa e respectivos professores que irão orientar as monografias de conclusão de curso dos (das) candidatos (as) aprovados (as) no processo seletivo objeto do edital nº 047/2016 (turma IV). Os (as) candidatos (as) do processo seletivo em questão deverão escrever suas propostas de pesquisa, conforme previsto no item “f” da seção “1” do edital 047/2016, considerando os (as) docentes, da UNESPAR-PARANAGUÁ, e suas respectivas linhas de pesquisa, conforme quadros abaixo. Além disso, solicita-se que os (as) candidatos (as) indiquem na folha de rosto de suas propostas, a serem entregues no momento da inscrição, a linha de pesquisa pretendida.

ADILSON ANACLETO			
LINHA DE PESQUISA: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E PRODUTOS FLORESTAIS NÃO MADEIRÁVEIS (PFNM) NO LITORAL PARANAENSE			
ÁREA DE PESQUISA	OBJETIVOS	TÓPICOS DE PESQUISA	ABORDAGEM METODOLÓGICA PRETENDIDA
Planejamento estratégico	a) Investigar os principais aspectos relacionadas ao planejamento estratégico nas organizações	<ol style="list-style-type: none"> 1 Planejamento estratégico em micro e pequenas empresas 2 Planejamento estratégico em Grandes empresas 3 Planejamento estratégico em OSCIP e ONG 	Pesquisa exploratória qualitativa e/ou quantitativa.
Produtos do litoral paranaense	a) Promover estudos prospectivos sobre os produtos típicos do litoral do Paraná	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planejamento estratégico e sistemas de produção dos produtos típicos do litoral do Paraná 2. Diagnostico de produção e comercio dos produtos típicos do litoral do Paraná 3. Realizar de estudos prospectivos sobre os produtos típicos do litoral do Paraná 	Pesquisa exploratória qualitativa e/ou quantitativa.
Estudos de gênero na Administração	a) Investigar os principais aspectos relacionadas ao gênero feminino e o trabalho nas organizações	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inserção de gênero 2. Discriminação 3. Igualdade de gênero 	Pesquisa exploratória qualitativa e/ou quantitativa.

CLEVERSON MOLINARI MELLO

LINHA DE PESQUISA: A GESTÃO DE MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS NA PERSPECTIVA DAS VÁRIAS ABORDAGENS DO PENSAMENTO ADMINISTRATIVO.

ÁREA DE PESQUISA	OBJETIVOS	TÓPICOS DE PESQUISA	ABORDAGEM METODOLÓGICA PRETENDIDA
A Gestão na perspectiva da Abordagem Humanística da Administração	a) Analisar as características da Abordagem Humanística; b) Analisar as decorrências da Abordagem Humanística;	1- Moral e Clima Organizacional; 2- Estilos de Liderança; 3- Redes de Comunicação; 4- Organização Informal.	Pesquisa qualitativa e/ou quantitativa.
A Gestão na perspectiva da Abordagem Neoclássica da Administração	a) Analisar as características da Abordagem Neoclássica; b) Analisar as decorrências da Abordagem Neoclássica.	1- Centralização versus Descentralização; 2- Processo Administrativo; 3- Estrutura Organizacional; 4- Departamentalização; 5- Administração por Objetivos;	Pesquisa qualitativa e/ou quantitativa.

ELAINE LOPES			
LINHAS DE PESQUISA: MERCADO DE CAPITAIS, GESTÃO DO CONHECIMENTO, GESTÃO ESTRATÉGICA DA INFORMAÇÃO, GOVERNANÇA CORPORATIVA.			
ÁREA DE PESQUISA	OBJETIVOS	TÓPICOS DE PESQUISA	ABORDAGEM METODOLÓGICA PRETENDIDA
Gestão do conhecimento	a) Pesquisa em gestão do conhecimento como ferramenta estratégica	1- Origem do conhecimento; 2- Organizações do conhecimento; 3- Conhecimento no contexto empresarial.	Pesquisa qualitativa e quantitativa
Gestão estratégica da informação	a) Informação e sociedade; b) Uso estratégico da informação no contexto empresarial	1- Origem da informação; 2- Modelos de uso da informação; 3- Sistemas de informação como ferramenta estratégica	Pesquisa qualitativa e quantitativa
Mercado de capitais	a) Estudos em empresas com capital aberto; b) Tomada de decisão no mercado de capitais; c) Abertura de capital e capitalização empresarial; d) Estudos sobre comportamento de investidores.	1- Abertura de capital; 2- Mercado de operacionalização de ações; 3- Tomada de decisão de investidores; 4- Comportamento de compra e venda de ações; 5- Estrutura de capital das empresas.	Pesquisa quantitativa e qualitativa
Governança corporativa	a) Sistemas de governança corporativa; b) Conceitos e modelos de governança; c) Governança corporativa em empresas com capital fechado; d) Governança corporativa em empresas com capital aberto.	1- Transparência, equidade e prestação de contas; 2- Responsabilidade social e governança corporativa; 3- Divulgação de informações relevantes nas empresas com capital aberto; 4- Gestão da informação e governança corporativa.	Pesquisa qualitativa e quantitativa

GEORGIA CUNHA BEM

LINHAS DE PESQUISA RECURSOS HUMANOS, GESTÃO DA QUALIDADE, PRÁTICAS
EXTENSIONISTAS DE REINserÇÃO SOCIAL E CAPTAÇÃO DE RENDA

ÁREA DE PESQUISA	OBJETIVOS	TÓPICOS DE PESQUISA	ABORDAGEM METODOLÓGICA PRETENDIDA
Administração de recursos humanos	a) Compreender as práticas organizacionais e seus efeitos na Administração	1- Qualidade de vida no trabalho; 2- Planejamento de Recursos Humanos; 3- Liderança; 4- Higiene e Segurança do Trabalho; 5- Avaliação de desempenho; 6- Motivação e relações interpessoais.	Pesquisa descritiva/exploratória e quanti e/ou qualitativa.
Gestão da qualidade	b) Analisar as ferramentas da qualidade e seus impactos nas organizações	1- Gestão da qualidade total; 2- Indicadores de qualidade;	Pesquisa descritiva/exploratória e quanti e/ou qualitativa
Práticas extensionistas de reinserção social e captação de renda	c) Demonstrar a importância das práticas de extensão universitária e seus impactos junto à sociedade	1- Projetos de extensão universitária nas áreas de ciências sociais aplicadas.	Pesquisa descritiva/exploratória e quanti e/ou qualitativa

SEBASTIÃO CAVALCANTE NETO			
LINHA DE PESQUISA: ENSINO DE ADMINISTRAÇÃO, COMUNIDADE DE PRÁTICA E EMPREENDEDORISMO			
ÁREA DE PESQUISA	OBJETIVOS	TÓPICOS DE PESQUISA	ABORDAGEM METODOLÓGICA PRETENDIDA
Ensino de Administração	a) Analisar estratégias de Ensino de Administração	1- Desenvolvimento de competência 2- Formação do Projeto Pedagógico de Curso 3- Integração Projeto de Desenvolvimento Institucional x Projeto Pedagógico de Curso	Pesquisa documental qualitativa, pesquisa documental interpretativista, pesquisa qualitativa exploratória
	b) Analisar processo ensino-aprendizagem	1- Instrumentos de avaliação 2- Metodologias de ensino	Pesquisa qualitativa e quantitativa
	c) Analisar avaliação do ensino de Administração	1- Comparativos ENADE	Pesquisa quantitativa
Comunidade de Prática	a) Analisar a formação do Administrador	1- Teoria x prática 2- Aprendizagem organizacional 3- Aprendizagem formal x informal	Pesquisa quantitativa e qualitativa
Empreendedorismo	a) Analisar o perfil do empreendedor do litoral paranaense	1- Prática do empreendedor	Pesquisa qualitativa
	b) Analisar a formação do empreendedorismo no Ensino Superior	1- Ensino do empreendedorismo	Pesquisa quantitativa x qualitativa

SANDRO DERETTI			
LINHA DE PESQUISA: ESTRATÉGIA DE MARKETING E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR			
ÁREA DE PESQUISA	OBJETIVOS	TÓPICOS DE PESQUISA	ABORDAGEM METODOLÓGICA PRETENDIDA
Formação da estratégia de marketing e da estratégia organizacional	a) Analisar as principais perspectivas relacionadas à construção da estratégia de marketing em uma organização; b) Compreender os reflexos da estratégia de marketing nos elementos do marketing mix (produto, preço, praça e promoção); c) Analisar a estratégia de marketing a partir dos enfoques do posicionamento competitivo, da inovação e da visão baseada em recursos organizacionais.	1- Contribuições de marketing para a estratégia organizacional; 2- Inter-relação estratégias organizacional e de marketing; 3- Tipologias de estratégias organizacionais e de marketing; 4- Performance organizacional motivada pela interface entre estratégias organizacional e de marketing; 5- Serviço e marketing de relacionamento.	Pesquisa qualitativa e/ou quantitativa com entrevistas e questionários aplicados a consumidores e organizações do litoral do Paraná.
Comportamento do consumidor	a) Analisar os fatores que permitem a compreensão do comportamento de compra dos consumidores e suas implicações na formulação da estratégia da empresa e em particular nas políticas de marketing; b) Discutir as principais perspectivas da análise do consumidor, envolvendo os aspectos socioculturais, as diferenças individuais e as etapas do processo de decisão de compra.	1- Aspectos motivacionais e metas do consumidor; 2- Consumo hedônico e utilitário; 3- Satisfação e experiências de consumo; 4- Decisão de compra em organizações variadas (família, firmas, grupos com interesses específicos); 5- Cultura e consumo; 6- Consumo consciente.	Pesquisa qualitativa e/ou quantitativa com entrevistas e questionários aplicados a consumidores e organizações do litoral do Paraná.



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ
CAMPUS DE PARANAGUÁ
Credenciada pelo Decreto nº 9538, de 05/12/2013 – D.O.E. 05/12/2013



Gabinete da Direção, em 27 de outubro de 2016.

Prof Cleverson Molinari Mello
Diretor UNESPAR-PARANAGUÁ

Prof Sandro Deretti
Presidente CPSPG