

**EDITAL Nº 003/2022 UNIDADE UNIVERSITÁRIA EM 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 de professores voluntários, 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	27/10/2022
Período de Inscrições	28/10/22 a 09/11/2022
Período para entrevistas ( se houver)	10 a 14/11/2022
Divulgação da pontuação e classificação preliminar dos candidatos	18/11/2022
Período para pedido de reconsiderações da classificação preliminar	19 a 22/11/2022
Respostas aos pedidos de reconsideração e a divulgação final da classificação	30/11/2022

**1. Das vagas**

**1.1** É oferecida 1 (uma) vaga para Professor Voluntário na área de conhecimento: Graduação na área de Administração; Curso de Administração na Unidade Universitária da Uergs em Tapes; a partir do semestre 2023/1 por até 12 meses.

**1.2** A vaga será provida para atender ao(s) Componente(s) Curricular(es) (Ementa(s) em anexo) do Curso de Administração no período noturno ( diurno/noturno).

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

**1.4** As atividades de docência ocorrerão na modalidade de ensino presencial, na sede da Unidade onde a vaga estará sendo oferecida.

**1.5** A prestação de serviço voluntário será realizada nos termos da Lei Federal 9.608 de 18 de fevereiro de 1998 e Resolução CONEPE 009/2021 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.

## 2. Das inscrições

**2.1** A divulgação deste Edital, assim como os resultados deste processo seletivo, serão realizadas no endereço eletrônico <https://www.uergs.edu.br>.

**2.2** As inscrições serão realizadas por meio do envio para o email da Unidade em Tapes: [unidade-tapes@uergs.edu.br](mailto:unidade-tapes@uergs.edu.br) 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 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** À análise do currículo será atribuído peso final 10, dividido em peso 6 para titulação e peso 4 para experiência profissional

**4.4** 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.

**4.5** 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.

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

**4.7** 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 dois (2) dias úteis.

**4.8** 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.

**4.9** 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.

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

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

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

#### **5. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

**5.1** 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.**

**5.2** 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.

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



**5.4** 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.

**5.5** Os casos omissos serão decididos pelo Colegiado do Curso, caso necessário.

Porto Alegre, 27 de outubro de 2022.

**Leonardo Alvim Berold da Silva**  
Reitor

## 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:			
Especialização/Mestrado:			
Area de atuação:			
Assinatura candidato:			

**ANEXO II –**

**QUADRO - CRITÉRIOS PARA CLASSIFICAÇÃO NA SELEÇÃO**

<b>1. TITULAÇÃO</b>				
<b>PESO: 6,0 (Pontos)</b>				
<b>Titulação</b>	<b>Quantidade máxima de título</b>	<b>Pontuação unitária por titulação</b>	<b>Pontuação máxima por titulação</b>	<b>Pontuação pretendida</b>
<b>1.0</b> Outra Graduação na área do Concurso	1	0,5	0,5	
<b>1.1</b> Especialização	1	0,5	0,5	
<b>1.2</b> Mestrado	1	1,0	1,0	
<b>1.3</b> Doutorado na área da vaga pretendida	1	1,0	1,0	
<b>1.4</b> Doutorado na área da vaga pretendida	1	2,5	2,5	
<b>1.5</b> Participação em cursos de formação na área da Educação (carga horária mínima de 40h.)	5	0,1	0,5	
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA EM TITULAÇÃO: 6,0</b>				
<b>2. EXPERIÊNCIA Profissional</b>				
<b>PESO: 4,0 (Pontos)</b>				
<b>Atividades</b>	<b>Quantidade máxima de atividade (semestre)</b>	<b>Pontuação unitária por atividade (semestre)</b>	<b>Pontuação máxima por atividade</b>	<b>Pontuação pretendida</b>
<b>2.1</b> Docência na Educação Superior	4	0,5	2,0	
<b>2.2</b> Docência na Educação Básica – Ensino Médio e Profissionalizante	4	0,4	1,6	
<b>2.3</b> Atividades de pesquisa e extensão	4	0,1	0,4	
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA EM ATIVIDADES DE DOCÊNCIA:4,0</b>				
<b>PONTUAÇÃO FINAL ENTRE TITULAÇÃO E DOCÊNCIA:</b>				



ANEXO I

EMENTAS COMPONENTE(S) CURRICULAR(ES) VAGA ÁREA:

Administração: Graduação em Administração com pós-graduação na área de administração/gestão, marketing/ comunicação social, e recursos humanos.

**2023/1: Gestão Estratégica**

<b>Componente Curricular: GESTÃO ESTRATÉGICA</b>		
<b>Código:</b>	<b>Carga Horária: 60h/aula</b>	<b>Créditos: 4</b>
<b>Curso(s): Administração</b>	<b>Semestre(s): 6º</b>	<b>Pré-Requisito(s): Não</b>
<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.		
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 deo	
	Posicionamento;	
13.6	Críticas à Escola do Posicionamento.	
13.	<b>O BALANCED SCORECARD (BSC) COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO</b>	
	<b>ESTRATÉGICA</b>	
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	
<b>Referências Bibliográficas Básicas:</b>		
LAMPEL, Joseph, MINTZBERG, Henry. <b>Safári de estratégia</b> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.		
MINTZBERG, H.; QUINN, J. B. <b>O processo da estratégia</b> . 3ª Ed. São Paulo: Bookman, 2001.		
NORTON, D., KAPLAN, R. <b>Balanced Scorecard: a estratégia em ação</b> . São Paulo: Campus, 2008.		
PORTER, Michael. <b>Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior</b> . Rio de Janeiro: Elsevier, 1989.		
<b>Referências Bibliográficas Complementares:</b>		
CERTO, S. C.; PETER, J. P. <b>Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia</b> . São Paulo: Makron Books, 1993.		
OLIVEIRA, D. P. R. <b>Administração estratégica na prática: a competitividade para administrar o futuro das empresas</b> . 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2013.		





**2023/2: Gestão de Marketing II**

<b>Componente Curricular: GESTÃO DE MARKETING II</b>		
<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
<b>Ementa:</b>		
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.		
<b>Objetivo(s):</b>		
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.		
<b>Conteúdo Programático:</b>		
1. ESTRATEGIAS 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.