



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC-SP
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

EDITAL PARA O PROCESSO SELETIVO 1º/2018

Coordenador: Prof. Dr. Alexandre Luzzi Las Casas

Vice-Coordenadora: Profa. Dra. Maria Cristina Sanches Amorim

Estarão abertas, no período de **09/10/2017** a **27/10/2017**, as inscrições para o processo seletivo destinado ao Mestrado em Administração da PUC-SP.

A inscrição de candidatos ao curso de Mestrado será aberta aos portadores de diplomas de cursos de Graduação, reconhecidos pelo MEC, observadas as normas e exigências da Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB) e as exigências prescritas no Regulamento de Pós-Graduação da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP.

1. CORPO DOCENTE E ESTRUTURA CURRICULAR

A estrutura curricular, as linhas de pesquisa e o corpo docente dos Programas de Pós-Graduação *Stricto Sensu* estão disponíveis na página da *internet* <http://www.pucsp.br/pos>.

2. INSCRIÇÃO

As inscrições serão encerradas no dia 27 de outubro às 16 horas (horário de Brasília), impreterivelmente.

O candidato deverá obedecer aos prazos estabelecidos neste Edital.

A inscrição será feita apenas por meio eletrônico. Para realizá-la, o candidato deverá acessar o site <http://www.pucsp.br/pos>.

O navegador padrão é o **Google Chrome**, portanto é necessário verificar navegadores homologados e desativar bloqueador de janelas POPUP.

No portal de inscrições, estão listados todos os cursos de pós-graduação *Stricto Sensu* com processo seletivo aberto.

O candidato escolherá o curso no portal, preencherá os dados solicitados e anexará (eletronicamente) os documentos exigidos.

Completadas as informações, o candidato deverá “finalizar a inscrição”.

Ao completar a inscrição, será gerado um boleto. Somente o pagamento da taxa **NÃO** configura a efetivação da inscrição. É necessário também anexar eletronicamente os documentos exigidos.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC-SP

Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

Após a checagem dos documentos, a Secretaria Acadêmica validará as inscrições que tiverem todos os documentos exigidos e cujo pagamento tenha sido efetivado. Após isso, o candidato receberá uma mensagem por e-mail confirmando sua inscrição.

As informações prestadas na ficha de inscrição são de inteira responsabilidade do candidato, dispondo a Instituição do direito de excluir do processo seletivo aquele que não preencher o formulário de forma completa e correta e/ou fornecer dados comprovadamente inverídicos.

O candidato que tenha qualquer necessidade especial deverá informar no campo específico da ficha de inscrição.

3. CANDIDATO ESTRANGEIRO

O candidato estrangeiro deverá, obrigatoriamente, ter o “visto de estudante” (visto IV). Não serão aceitos candidatos com “visto de turista”.

Sendo aprovado no processo de seleção, o candidato deverá, obrigatoriamente, apresentar no ato da matrícula acadêmica o Registro Nacional de Estrangeiro (RNE) ou protocolo emitido pela Polícia Federal, que deverá ser renovável até a finalização do curso.

Todos os documentos acadêmicos deverão ser traduzidos por tradutor juramentado e autenticados pelo Consulado Brasileiro no país de origem.

Os Diplomas de Graduação e Mestre, obtidos no exterior, somente poderão ser aceitos com a autenticação feita pela Embaixada Brasileira, no País de origem com o devido reconhecimento oficial e deverão ter sido revalidados, segundo a legislação vigente.

O candidato estrangeiro, além de cumprir os demais itens do processo de seleção e admissão, deve demonstrar suficiência em língua portuguesa e deverá apresentar o certificado do CELP-BRAS <<http://portal.mec.gov.br>>. Inicialmente será aceito o protocolo de inscrição no exame, para posterior apresentação do resultado.

A seleção será efetuada de forma idêntica à dos candidatos brasileiros, ressalvados os casos de convênios e acordos internacionais.

Candidatos com diplomas emitidos de países com os quais o Brasil mantém Tratado de Cooperação devem atender as exigências definidas neste Tratado.

Em qualquer outra situação não contemplada nos itens anteriores, deverá ser consultada a Consultoria Técnica e a Assessoria Jurídica da PUC-SP.

4. TAXA DE INSCRIÇÃO

O valor da taxa de inscrição no processo seletivo para a Pós-Graduação é R\$ 246,00 (duzentos e quarenta e seis reais).

O Boleto Bancário para pagamento da taxa será impresso somente após o preenchimento da ficha.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC-SP
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

A informação do pagamento será feita automaticamente à Universidade, após o pagamento nos prazos estabelecidos, pelo sistema bancário.

Não haverá devolução da taxa de inscrição.

5. ISENÇÃO DA TAXA DE INSCRIÇÃO PARA EX-ALUNOS

Os ex-alunos que concluíram Graduação, Especialização ou Mestrado na PUC-SP e os que concluirão seus cursos no **2º semestre de 2017** estão isentos da taxa de inscrição e deverão **desconsiderar** o boleto gerado. Nesses casos deverão anexar:

- ex-aluno/aluno de Graduação: cópia do Diploma ou Certificado de Colação de Grau/Atestado emitido pela SAE com data de previsão de Colação de Grau;
- ex-aluno/aluno de Especialização: cópia do Certificado de Conclusão do Curso ou Declaração de Conclusão do Curso emitida pela COGEAE/Declaração com data de previsão de finalização do curso emitida pela COGEAE;
- ex-aluno/aluno de Mestrado: Ata de Defesa/Declaração emitida pela Secretaria Acadêmica com data de previsão de Defesa.

Se o documento não for anexado a inscrição será invalidada.

Os candidatos com isenção que, eventualmente, pagarem a taxa poderão requerer a devolução do dinheiro junto à Secretaria Acadêmica depois de encerrado o processo seletivo, no período de **30 de outubro a 03 de novembro de 2017**.

6. MESTRADO – 30 (trinta) VAGAS

6.1. LINHAS DE PESQUISA

6.1.1. Estratégia e Inovação 15 vagas

6.1.2. Organização e Sociedade. 15 vagas

6.2. DOCUMENTAÇÃO

O candidato deve anexar eletronicamente toda documentação **no ato de sua inscrição** ou até o dia **27 de outubro de 2017 às 15 horas e 59 minutos** (final do período de inscrição).

Obs.: por questões técnicas, não é possível reaproveitar os documentos anexados que foram utilizados em inscrições anteriores.

A inscrição só será validada quando todos os documentos exigidos estiverem sido anexados eletronicamente.

A documentação para inscrição no processo seletivo do Mestrado deverá, obrigatoriamente, conter:

- a) cópia da Cédula de Identidade (RG);



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC-SP
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

- de acordo com a legislação vigente, os seguintes documentos podem substituir a Cédula de Identidade: Carteira de Identidade Militar; Carteira Nacional de Habilitação; Carteira de Trabalho; Passaporte; Carteiras de Identidades Profissionais (somente de órgão de classe com representação federal).

b) cópia do Registro Nacional de Estrangeiro (RNE), no caso de candidato estrangeiro (vide item 3 deste Edital);

c) cópia do Diploma de Graduação registrado, quando expedido por instituição brasileira, ou reconhecido legalmente por instituição brasileira, quando expedido por instituição estrangeira;

- na falta do Diploma de Graduação, a inscrição pode ser feita com cópia do Certificado de Colação de Grau acompanhada do atestado de reconhecimento do curso pelo MEC.

- alunos concluintes devem encaminhar Declaração emitida pela autoridade competente da instituição de origem (Secretaria) com data de previsão de Colação de Grau.

Nesse caso, será concedido o prazo de **no máximo** um semestre para a apresentação do diploma, sob pena de cancelamento retroativo da matrícula e desligamento do curso.

d) cópia do Histórico Escolar da Graduação;

e) comprovante do Teste ANPAD com o mínimo de **250** pontos no resultado geral (fevereiro de 2016 ou mais recente);

f) pré-projeto de pesquisa;

g) *curriculum vitae* (resumido).

6.3. INSCRIÇÃO

Serão candidatos os interessados que

a) completarem sua inscrição no prazo previsto neste Edital;

b) anexarem toda a documentação prevista;

c) efetuarem o pagamento da Taxa de Inscrição.

Perderá o direito de concorrer à vaga o candidato que

a) não anexar todos os documentos exigidos neste Edital até a data final do período de inscrição (**27/10/2017 às 15h59min**) e não efetuar o pagamento da taxa de inscrição até a data de vencimento;

b) não participar do processo seletivo nas datas estabelecidas neste Edital.

Caso o número de inscritos seja inferior ao estabelecido pela PUC-SP, não haverá o processo seletivo. A universidade se compromete a devolver o valor pago pela inscrição nessas situações.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC-SP
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

6.4. PROCESSO DE SELEÇÃO

O processo de seleção envolverá as seguintes etapas:

6.4.1. 1ª ETAPA: ANÁLISE DE DOCUMENTAÇÃO ENTREGUE

6.4.2. 2ª ETAPA: ENTREVISTAS – No dia **13 de novembro** será divulgado o horário e local das entrevistas dos candidatos, que serão realizadas nos dias **20 e 21 de novembro**.

6.5. PROFICIÊNCIA EM LÍNGUA ESTRANGEIRA

A proficiência dos candidatos será comprovada através do certificado do teste da ANPAD.

7. PRÉ-PROJETO

O pré-projeto de pesquisa deve, necessariamente, conter:

7.1. TÍTULO DO PROJETO

O título deve conter o tema da pesquisa.

7.2. PROBLEMA DA PESQUISA

O problema deve estar situado de maneira circunstanciada e a indagação de pesquisa deve estar formulada.

7.3. OBJETIVO GERAL

Devem estar definidos o objetivo da pesquisa e os meios (objetivos específicos) para atingir o objetivo geral.

7.4. JUSTIFICATIVA

Deve-se mostrar a relevância da pesquisa utilizando uma bibliografia básica.

7.5. METODOLOGIA DA PESQUISA

Devem ser formulados os meios para levantar as informações necessárias ao projeto – se dados secundários, informar as fontes desses dados; se primários, informar os instrumentos de pesquisa.

7.6. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Apresentar, segundo as normas da ABNT, a bibliografia utilizada.

8. PROJETOS DE PESQUISA DOS DOCENTES ORIENTADORES

8.1. LINHA DE PESQUISA: ESTRATÉGIA E INOVAÇÃO

Belmiro do Nascimento João (Estratégia):

Internacionalização de Empresa de/em mercados emergentes em setores específicos: A partir do recente fenômeno de internacionalização de empresas a partir



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC-SP
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

de economias emergentes e o "descobrimento" das camadas de baixa renda como mercado de consumo as Empresas multinacionais por meio das suas subsidiárias em mercados emergentes passam a adotar estratégias direcionadas. O mesmo ocorre com as multinacionais de países emergentes, e mais especificamente, de países emergentes como o Brasil ou de países da América Latina (as denominadas Multilatinas). O objetivo desta pesquisa é o estudo das estratégias adotadas por essas empresas frente às principais teorias de internacionalização bem como sua abordagem crítica. Para tanto parte-se dos estudos das camadas de baixa renda e seu potencial de consumo e soluções que envolvam PPP (parcerias público-privadas) envolvendo governos, ONGs e MNCs e, de outro lado, estudar o potencial dessas economias a partir de conceitos como os de BRICs ou Next-11 dadas pela Goldman Sachs. A metodologia é, por se tratar de estudos iniciais, normalmente compostas por amostra de múltiplos estudos de caso, normalmente setoriais, onde possa-se comparar as distintas trajetórias, e portanto, estratégias para, desse modo, construir-se a teoria a partir dos estudos de caso. Frente ao desafio encontrado adotar-se-á amostras de empresas representativas de seus setores entre aqueles mais internacionalizados de nossa economia, como a mineração e metais, cimenteiro, alimentos dentre outros mais focados como serviços e franquias. Pretende-se uma duração de 2 anos como período para o ciclo de vida da produção, ou seja, do processo ao produto, que resultará em publicações. Como já vem ocorrendo, com o Grupo de Pesquisa, dar-se-á preferência a *journals* internacionais como um processo em busca de maior rigor e busca por periódicos de maior índice de impacto (Scopus e JCR), sem esquecer, no entanto, os congressos específicos da área como as edições anuais do AIB (Academy of International Business) e de seu capítulo América-Latina.

Laboratório de Big Data: Os avanços tecnológicos na aquisição e armazenamento de dados têm levado a um crescimento do tamanho dos conjuntos de dados utilizados pela ciência e pela indústria, fenômeno este conhecido como Big Data. No entanto, o volume e a velocidade com que os dados são gerados estão desafiando nossos métodos de análise computacional, assim como em termos qualitativos dos resultados da análise. São esperadas pesquisas que abordem alguns dos seguintes temas: desenvolvimento ou estudo de técnicas fundamentais, teorias, metodologias e tecnologias de ampla aplicabilidade em Big Data, desenvolvimento de algoritmos e técnicas de mineração de dados, desenvolvimento de algoritmos de análise de dados que processam dados em tempo real, a formação de técnicas de análise de sentimento de dados não estruturados além, naturalmente, das técnicas analíticas e seus algoritmos. Em relação a aplicações inovadoras são aqueles na qual há o desenvolvimento de técnicas, metodologias e tecnologias de importância fundamental para um problema de Big Data que impacte diretamente pelo menos uma aplicação específica no campo de conhecimento de negócios, da economia, das ciências contábeis ou atuariais. Todas as propostas de pesquisa de Big Data devem abordar os desafios críticos para a gestão de grandes quantidades de dados, da análise desses dados ou processos de descoberta científica impactada pelo Big Data. Neste momento há o desenvolvimento de algoritmos de Análise de Sentimentos e Subjetividade em uma tese de doutorado assim como de crowdsourcing. São esperados novos doutorandos assim como professores pesquisadores das diversas áreas da administração, economia, das ciências contábeis e atuariais.

Fabio Gallo Garcia (FINANÇAS):

Dividendos, informação assimétrica e conflito de agência: comparação entre o novo e o mercado: A informação é vital para garantir a harmonia entre as partes constituintes do mercado de capitais. O valor da informação é reconhecido e apreciado por todos no mundo contemporâneo. Embora cada indivíduo a interprete de maneira



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC-SP
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

impar, o acesso a esta se faz imperativo para um funcionamento mais eficiente e equânime dos mercados. A falta de comunicação ou a obscuridade sobre o bem comercializado resulta no surgimento de graus diferenciados de informação (informação assimétrica) que pode inviabilizar o negócio, ou torná-lo extremamente oneroso. Portanto, faz-se necessário estudar a assimetria informacional do mercado de capital brasileiro, pois sua maior compreensão se relaciona com o desenvolvimento do próprio sistema financeiro. O presente trabalho testou a informação assimétrica no mercado tradicional da BOVESPA e nos mercados com governança corporativa diferenciada. A informação assimétrica foi testada de várias formas e apontou à queda da informação assimétrica nas empresas com práticas adicionais de governança corporativa.

FRANCISCO ANTONIO SERRALVO (MARKETING):

A trajetória do ensino do marketing no Brasil: A partir do pós-guerra os negócios apresentaram significativa evolução, com destaque para o aumento de importância da gestão das relações das empresas com seus públicos, cada vez mais preocupadas em atender melhor seus consumidores e clientes. É nesse contexto que o marketing ganha força nas organizações e surge como a grande proposta para a gestão dos negócios em ambientes de elevado grau de competitividade, deixando o ambiente acadêmico e passando para a realidade das organizações. O projeto tem por objetivo reconstruir o percurso histórico do ensino do marketing nas escolas superiores brasileiras, desde suas origens até os dias atuais, com vistas a contextualizar os modelos de gestão e as bases de atuação do marketing no Brasil. O método a ser empregado está fundamentado em uma pesquisa exploratória/descritiva, com técnicas de análise de conteúdo e formação de redes.

Criação e gestão de marcas em ambientes virtuais: Partindo da premissa que o ambiente competitivo exige das empresas o aprimoramento contínuo do nível de relacionamento com os clientes, é vital acompanhar as novas maneiras de interação deste consumidor com a empresa nos ambientes virtuais. Neste projeto, busca-se pesquisar o impacto da internet na construção de marcas e seus relacionamentos com clientes. O objetivo principal deste projeto de pesquisa é desenvolver um modelo de gestão de marcas em ambientes virtuais focado na realidade das empresas brasileiras. Fundamentado em um estudo exploratório (fase inicial) e descritivo (fase central), o estudo lança mão de técnicas qualitativas e quantitativas na fase de verificação empírica dos resultados e da modelagem teórica da proposta do modelo de gestão da marca.

O comportamento do consumidor em compras de alto envolvimento: A necessidade de conquistar e, principalmente, manter clientes leais à empresa tem impulsionado o surgimento de inúmeros estudos relacionados ao comportamento do consumidor. Entender suas atitudes e comportamento de compra têm representado desafios crescentes para o profissional de marketing e para os acadêmicos. O processo decisório do consumidor pode ser dimensionado por alto envolvimento ou baixo envolvimento. A decisão de alto envolvimento refere-se a situação em que o risco envolvido na decisão é avaliado previamente pelo consumidor como muito elevado. A percepção de risco pelo consumidor varia segundo a situação e/ou o produto envolvido no processo da compra. O projeto tem por objetivo estudar a dinâmica das marcas como fator de redução da percepção de risco do consumidor no processo de tomada de decisão e identificar modelos sobre como estruturar e desenvolver marcas capazes de reduzir a dissonância de produtos de alto envolvimento de compra.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC-SP
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

José Odílio dos Santos (FINANÇAS):

Administração financeira com foco em empresas nacionais e internacionalizada e empresas: Pesquisa para confrontar os resultados financeiros de empresas nacionais internacionalizadas com os resultados de empresas nacionais do mesmo setor não internacionalizadas. Trata-se de pesquisa empírico-analítica, baseada, tanto na análise de dados quantitativo extraídos do mercado de capitais e demonstrações financeiras das empresas, como na análise de dados qualitativos (gestão administrativa, estratégia mercadológica, clientes, fornecedores, concorrência, cenário econômico etc.). O intuito é verificar se a internacionalização de negócios contribuiu para a agregação ou a destruição da riqueza dos acionistas ordinários, a partir da análise do desempenho histórico das seguintes métricas: índices contábeis, taxa de retorno das ações ordinárias, taxas de retorno ajustadas ao risco, valor de mercado do capital patrimonial, EVA® e MVA®. O resultado esperado é que a estratégia de internacionalização, ou desenvolvimento de novos mercados, tenha contribuído para o aumento do faturamento e margens de lucratividade e rentabilidade das empresas nacionais. A previsão é de encerramento da pesquisa em agosto de 2010.

Ensaio e pesquisas acadêmicas na área de finanças corporativas: Em um contexto de crescente competitividade, em que frequentemente ocorrem fusões, aquisições e privatizações, destacam-se cada vez mais os profissionais (acadêmicos e de mercado) que desenvolvem trabalhos de avaliação de empresas, com a finalidade de determinar qual é o "valor justo" que representa as potencialidades futuras do investimento para geração de fluxos de caixa. Visando contribuir ainda mais nessa importante tarefa, o objetivo das pesquisas será fazer uma relação entre os principais pressupostos das Teorias de Finanças e a Criação de Valor Corporativo para o mercado e para os acionistas. Para avaliar a profundidade dessa relação, adota uma detalhada fundamentação teórica e apresenta estudos de casos, com o objetivo de averiguar o impacto, ou o nível de contribuição de diferentes variáveis (ex.: custo de capital, estrutura de capital, política de dividendos, valor de títulos de longo prazo, valor da ação, desempenho contábil-financeiro, fundamentos de mercado etc.), na formação do valor da empresa. Quer-se, com isso, verificar se as estratégias de investimentos e financiamentos implementadas pela empresa vêm agregando ou destruindo valor.

8.2. LINHA DE PESQUISA: INOVAÇÃO E SOCIEDADE

Arnaldo José de França Mazzei Nogueira (RELAÇÕES DE TRABALHO):

Relações de trabalho e recursos humanos em processos de globalização. O presente projeto de pesquisa está centrado no levantamento e análise das relações de trabalho e das políticas de recursos humanos em contextos globais. As transformações neste campo são evidentes com o movimento da mundialização do capital e da internacionalização das empresas. As empresas globais em seu processo de deslocamento têm um grande desafio na gestão e no estabelecimento das políticas de recursos humanos globais. As relações de trabalho condicionam esse processo porque sua configuração ocorre em diversas dimensões, a saber: micro, meso, macro e global (Cf. Neto 1998 e Nogueira 2002). Assim, enquanto as políticas de recursos humanos são diferentes em cada empresa e dependem diretamente da sua estratégia de gestão e das relações no local de trabalho, as relações de trabalho condicionam as estratégias de gestão porque são definidas por mecanismos exteriores às empresas como o caso da legislação social e trabalhista, das políticas públicas.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC-SP
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

LADISLAU DOWBOR (MEIO AMBIENTE):

Impacto intersetorial e interdisciplinar da revolução das comunicações: Iniciado como estudo da concentração do chamado Quarto Poder nas mãos de algumas famílias no Brasil, a pesquisa evoluiu para uma visão mais ampla das mudanças que estão ocorrendo, nos mais variados setores, como consequência da explosão da comunicação. A atividade econômica está mudando, as finanças se globalizaram, o acesso a bancos de dados e a conectividade global mudaram a forma de fazer ciência, o conceito de cultura se tornou muito mais abrangente e fluido e assim por diante. Reunindo pesquisadores de diferentes áreas, a pesquisa permite estudar os impactos estruturais mais amplos das transformações em curso. O grupo de trabalho envolve professores de várias áreas e instituições, com particular participação da pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. Um produto imediato é o livro *Desafios da Comunicação*, publicado pela editora Vozes em 2001. Atualmente o trabalho se concentra nos sistemas de comunicação e informação para a cidadania, em colaboração com Hazel Henderson e outros pesquisadores que organizaram a ICONS2003 (ver <http://www.sustentabilidade.org.br>), envolvendo ainda projeto em curso com o MEC, no quadro da União Nacional dos Conselhos Municipais de Educação. Continuidade prevista com financiamento do MINC para 2010. Publicação do estudo *Da Propriedade Intelectual à Sociedade do Conhecimento* prevista 2010.

Política nacional de apoio ao desenvolvimento local: Desenvolve a pesquisa sobre as formas de apoio necessárias para o "circuito inferior" da economia (Milton Santos), envolvendo Sebrae, Instituto Cidadania, Fundação Banco do Brasil e cerca de 60 instituições como Senac, Cepam, Ibam, Grupo de Trabalho Amazônico, Articulação do Semi-árido, governo do Estado de Santa Catarina, BNB e outros. A pesquisa, iniciada em janeiro de 2005, foi concluída em dezembro de 2006 e apresentada ao Presidente da República em 4 de janeiro de 2007. Financiamento da pesquisa pela Fundação Banco do Brasil e outras instituições. Reedição de *O que é poder local*, revista e ampliada, em 2009. Trabalhos em curso com *Nossa São Paulo*, Instituto Ethos, FAU-USP. Produtos: Filme didático-científico, livro, livro para escolas, portal (plataforma de discussão), propostas plano diretor para São Paulo.

Luciano Antonio Prates Junqueira (Terceiro Setor):

Gestão social e redes de organizações do terceiro setor: O debate da gestão social no Brasil ainda é incipiente, é entendida como a gestão de ações públicas e sociais que visam o bem estar da população, realizada, não necessariamente, pelo poder público estatal, mas também pela sociedade civil e pela iniciativa privada. Isso significa a parceria entre os três setores: Estado, mercado e sociedade civil. Privilegia-se a interação entre esses atores sociais, que mediados por objetivos coletivos constituem uma rede social, para superar os problemas sociais, que incidem na população, que ocupa determinado território. Nessa perspectiva, pretende-se analisar em uma rede do terceiro setor, as relações que estabelecem entre pessoas e instituições, na gestão das organizações sociais que a compõem. Mapear essa rede utilizando ferramentas de análise de Redes Sociais (ARS), para diagnosticar, mediante a realização de entrevistas em profundidade com os principais atores da rede, identificando as ações que fortalecem e aumentam sua sobrevivência. Os dados oriundos dessas entrevistas alimentados no software para ARS chamado ORA, e daí extraídos os indicadores padronizados de redes. Esse ORA (Organization Risk Analyzer) é um freeware de código livre, foi construído como ferramenta para identificar fatores de risco ligados a pessoas, conhecimentos e tarefas



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC-SP

Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

em redes. Utiliza conceitos de dinâmica de redes organizacionais, permitindo identificar as relações e a interação entre seus membros e a distribuição do poder no seu interior.

9. RESULTADO

Os resultados serão divulgados no dia **11/12/2017 a partir das 15 horas** no site <http://www.pucsp.br/pos>.

As chamadas posteriores ficam a critério do Programa, de acordo com a lista de classificação.

Caso o número mínimo de vagas definido pela PUC-SP para o ingresso de alunos não seja preenchido, não haverá abertura da turma.

10. MATRÍCULA

Caso o candidato aprovado não possa comparecer no período de matrícula, poderá autorizar um procurador mediante procuração devidamente registrada em cartório.

O candidato aprovado que não efetuar a matrícula acadêmica ou não realizar o pagamento do boleto no período estipulado ou não assinar o Contrato de Prestação de Serviço Educacional da Instituição perderá o direito à vaga.

A matrícula nos Programas de Pós-Graduação será semestral e o pagamento ocorrerá na forma de mensalidades.

O valor da mensalidade estará vinculado ao Programa escolhido e independe da quantidade de créditos a serem cursados em cada semestre.

Os valores serão reajustados conforme determinações legais vigentes.

O aluno estará regularmente matriculado após a confirmação do pagamento da sua matrícula pelo setor financeiro da Universidade.

Nos Termos do Artigo 5º, da Lei 9.870/99, não será aceita matrícula de candidato que tem débito junto à Universidade.

11. DATA E LOCAL DA MATRÍCULA

As matrículas dos candidatos aprovados para o Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração ocorrerão no período de **13 a 15 de dezembro de 2017, das 14h às 18h**.

- Reunião com os candidatos APROVADOS: dia **13 de dezembro às 14h**.

LOCAL: Rua Ministro Godói, 969 - 4º andar – sala 4E-04 - Perdizes – São Paulo.

Para realização da matrícula acadêmica, que deve ser feita **pessoalmente** pelo candidato ou seu procurador, é necessário apresentar os originais e uma cópia dos documentos a seguir relacionados (para serem confrontados):

- cópia da Cédula de Identidade (RG);
- cópia do Registro Nacional de Estrangeiro (RNE), no caso de candidato estrangeiro;



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC-SP
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

- cópia da Certidão de Nascimento ou Casamento;
- cópia do CPF (Cadastro de Pessoa Física);
- cópia de comprovante de residência;
- cópia do Diploma de Graduação registrado, quando expedido por instituição brasileira, ou reconhecido legalmente por instituição brasileira, quando expedido por instituição estrangeira*;
- cópia do Histórico Escolar da Graduação.

* Na falta do Diploma de Graduação, a matrícula pode ser feita com cópia do Certificado de Colação de Grau acompanhada do atestado de reconhecimento do curso pelo MEC. Os alunos concluintes devem apresentar declaração original emitida pela sua Faculdade de origem com data de previsão de colação de grau (mesma declaração apresentada na inscrição). Nesses casos, será concedido o prazo de um semestre para a apresentação do diploma, sob pena de cancelamento retroativo da matrícula e desligamento do curso.

Ainda para a matrícula acadêmica deverão ser entregues os seguintes documentos originais:

- duas vias do contrato de prestação de serviços educacionais preenchidas e assinadas, que estará disponível no site da Pós-Graduação, na página de Resultado do Processo Seletivo;
- requerimento de matrícula que estará disponível no site da Pós-Graduação;
- uma foto 3x4 recente.

12. VALIDADE DO PROCESSO SELETIVO

O processo seletivo, objeto do presente Edital, será válido somente para o ingresso no Mestrado que terá início no primeiro semestre de 2018.

13. OUTRAS INFORMAÇÕES

Para responder a dúvidas relacionadas à documentação e informação específica deste Edital, o candidato deve contatar o Programa pelo e-mail posadm@pucsp.br ou pelo telefone (11) 3670-8513.

São Paulo, 5 de outubro de 2017

Prof. Dr. Alexandre Luzzi Las Casas
Coordenador do Programa de Estudos Pós-Graduados em
Administração