

**UNIVERSIDADE NACIONAL DE MISIONES - UNAM  
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS – FCE  
CONVÊNIO FCE/UNAM - ICEPEM**

**EDITAL Nº 002 / 2019**

**Programa Credenciado pela *Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria – CONEAU*  
Resolução nº 082/2010 – Categorizado “B”.**

A Coordenação de Doutorado em Administração da Faculdade de Ciências Econômicas – FCE, da Universidade Nacional de Misiones - UNAM, República Argentina, no uso de suas atribuições, torna público o processo seletivo de candidatos para o ano letivo 2020/2021, ao **Programa de Doutorado em Administração – Convênio FCE/UNAM – ICEPEM**.

**CAPÍTULO I  
INTRODUÇÃO**

**Art. 1º** O Programa de Doutorado em Administração da Faculdade de Ciências Econômicas – FCE, da Universidade Nacional de Misiones - UNAM, está amparado pelo Decreto Presidencial nº 5518, de 23 de agosto de 2005. O referido Decreto promulga o Acordo de Admissão de Títulos e Graus Universitários para o Exercício de Atividades Acadêmicas nos Estados Partes do Mercosul.

**Parágrafo Único:** As aulas realizar-se-ão na sede da Faculdade de Ciências Econômicas – FCE / UNAM, na cidade de Posadas – Misiones – República Argentina.

**CAPÍTULO II  
DO PÚBLICO-ALVO E VAGAS**

**Art. 2º** Poderão inscrever-se ao processo seletivo os candidatos graduados (bacharéis, licenciados e tecnólogos), portadores de diploma e/ou certificado de conclusão de curso de **Mestrado**, reconhecido pelo Ministério da Educação com carga horária de no mínimo 540 horas, **orientado a área de Ciências Econômicas ou Empresariais** ou outras que sejam aceitas em avaliação do Comitê Acadêmico do Doutorado. Também é solicitado que possuam conhecimento em língua **espanhola e inglesa** (o exame de proficiência em Espanhol será realizado durante o primeiro ano do Doutorado e o certificado de proficiência em Inglês com capacidade de “*lecto-comprensión*” como mínimo deverá ser apresentado na inscrição.).

**Art. 3º** O presente edital prevê o número máximo de 12 (doze) vagas para esse programa.

**CAPÍTULO III  
DA INSCRIÇÃO NO PROCESSO SELETIVO**

**Art. 4º** As inscrições para o processo seletivo estarão abertas no período de **28 de Outubro de 2019 a 24 de Janeiro de 2020** e deverão ser feitas através do ICEPEM – Instituto de Consultoria e Elaboração de Projetos Educacionais do Mercosul (representação oficial da UNAM no Brasil)

**Art. 5º** O pagamento da inscrição no processo seletivo é no valor de **R\$ 600,00** (Seiscentos Reais) e deverá ser feito através de boleto bancário, que será enviado através de e-mail.

**Art. 6º** **Os documentos necessários à inscrição são:**

- a) **Projeto de Pesquisa** em uma das linhas de pesquisa estabelecidas no Artigo 15º deste Edital.
- b) Ficha de Inscrição (Formulario para Aspirantes de Posgrado) devidamente preenchida, que será enviada por e-mail;
- c) 05 (cinco) fotos **4 X 4 cm** (coloridas e recentes);
- d) Currículo lattes completo;
- e) **02** (duas) Fotocópias autenticadas da **Carteira de Identidade (RG)**;
- f) **02** (duas) Fotocópias autenticadas da **Certidão de Nascimento**;
- g) **02** (Duas) fotocópias autenticadas do **diploma e do histórico de graduação** – devidamente legalizados pela Convenção da Apostila de Haia, ou legalização consular;
- h) **02** (Duas) fotocópias autenticadas do **diploma e do histórico de mestrado** – devidamente legalizados pela Convenção da Apostila de Haia, ou legalização consular;

**i) 02** (Duas) Cartas de apresentação, que serão aceitas indistintamente, de apresentações profissionais e/ou acadêmicas. Modelo será enviado por e-mail.

**j) Certificado de Proficiência em Inglês.**

**l) Comprovante vigente de Seguro Viagem Internacional** (deverá ser apresentado 15 dias antes de cada encontro).

§ 1º Para que seja efetivada a inscrição no processo seletivo, todos os documentos descritos no *caput* deste artigo, mais o comprovante de pagamento da taxa de inscrição, deverão ser entregues ao ICEPEM, (Representação oficial da UNAM no Brasil) pessoalmente ou através do correio, no endereço abaixo.

§ 2º A data limite para entrega e/ou postagem da documentação é o dia **31 de janeiro de 2020**, no seguinte endereço:

**ICEPEM - Instituto de Consultoria e Elaboração de Projetos Educacionais do Mercosul**

Av. Cândido de Abreu, 776 - cj 1007

CEP 80530-000 - Centro Cívico - Curitiba - PR

§ 3º Logo após a aprovação no processo seletivo, os documentos solicitados nos itens " G e H " deverão receber o apostilamento da **Convenção da Apostila de Haia**, que agiliza e simplifica a legalização de documentos entre os 112 países signatários, permitindo o reconhecimento mútuo de documentos brasileiros no exterior e de documentos estrangeiros no Brasil. O ICEPEM prestará informações e orientações de como realizar este procedimento.

#### **CAPÍTULO IV DO PROCESSO SELETIVO**

**Art. 7º** A seleção para ingresso no **Doutorado em Administração da FCE/UNAM**, será realizada pela Coordenação, através da avaliação:

- do Formulário de Pré-Inscrição;
- do Currículo Lattes;
- das Cartas de Apresentação;
- do Projeto de Pesquisa;

**Art. 8º** Durante a análise do projeto de pesquisa, do currículo e das cartas de apresentação a **Coordenação do Doutorado da FCE/ UNAM** se reserva o direito de admitir ou não os alunos, bem como de exigir as devidas comprovações dos documentos descritos neste artigo.

#### **CAPÍTULO V DAS MATRÍCULAS, VALORES E FORMAS DE PAGAMENTO**

**Art. 9º** O Programa de Doutorado em Administração – Convênio FCE/UNAM – ICEPEM possui os seguintes valores:

**Matrícula: R\$ 990,00** (novecentos e noventa reais - parcela 01 de 36) a ser realizada até o dia 05 de Fevereiro de 2020.

**Parágrafo Único:** As matrículas dos candidatos serão realizadas no mês de Fevereiro de 2020, após aprovação no processo seletivo. Para tanto, o candidato receberá, através de e-mail, um boleto bancário no valor de **R\$ 990,00** (novecentos e noventa reais) referente à matrícula.

**Art. 10º** As mensalidades poderão ser parceladas em até 36 vezes iguais (matrícula + 35 parcelas) de **R\$ 990,00** (novecentos e noventa reais) a serem pagas, mensalmente, a partir de Fevereiro de 2020, sempre no dia 05 de cada mês.

§ 1º Os alunos que optarem pelo pagamento das 36 (trinta e seis) parcelas à vista, ou seja, até o dia 05 de Fevereiro de 2020, terão um desconto de 25%, (vinte e cinco por cento) sobre o valor total das 36 (trinta e seis) parcelas.

§ 2º As mensalidades serão corrigidas anualmente pelo IGP-M da FGV.

§ 3º Será concedido desconto de 5% (cinco por cento) para pagamento das parcelas até o vencimento, dia 05.

**Art 11º** A orientação para elaboração da Tese possui o seguinte valor e forma de pagamento: **US\$ 600,00** (seiscentos dólares americanos) divididos em 03 (três) vezes, sendo: início da orientação (30%), período intermediário (30%), e conclusão da Tese (40%).

**PARÁGRAFO ÚNICO:** Os valores da Revisão de Tese e do Tribunal de Tese serão definidos após aprovação da mesma pela Coordenação do Programa na UNAM.

#### **CAPÍTULO VI DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**Art. 12º** As aulas serão realizadas na sede da FCE - UNAM, na cidade de Posadas – Misiones, República Argentina, em até 04 encontros. As datas serão definidas e agendadas pela Coordenação do Doutorado da FCE / UNAM:

- de **23/03/2020 a 27/03/2020**
- de **07/09/2020 a 11/09/2020** – previsto / a confirmar;
- de **22/03/2021 a 26/03/2021** – previsto / a confirmar;
- de **06/09/2021 a 10/09/2021** – previsto / a confirmar;

**Art. 13º** Os doutorandos brasileiros deverão assinar um termo de compromisso que estão cientes das normas administrativas e acadêmicas da Universidade Nacional de Misiones.

**Art.14º** O Programa de Doutorado em Administração acreditado pelo CONEAU através da Resolução 082/2010 com categorização "B" é desenvolvido na modalidade personalizado.

**Parágrafo Único:** A FCE / UNAM poderá efetuar mudanças nas datas e disciplinas previamente informadas, em função da disponibilidade dos docentes.

**Art. 15º** Os Projetos do **Programa de Doutorado em Administração da FCE/UNAM** deverão contemplar uma das linhas de pesquisa relacionadas abaixo:

### **LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

#### **GUÍA PARA LA SELECCIÓN DE LOS TEMAS A DESARROLLAR EN LOS PROYECTOS**

##### **ANÁLISIS DE LA EMPRESA MEDIANTE INFORMACIÓN CONTABLE / FINANCIERA**

Análisis de la empresa mediante información contable  
Análisis de los Estados Contables en las Empresas  
Análisis Económico: componentes de los resultados y costos  
Rentabilidades y Análisis del valor añadido  
Valoración de Empresas  
Contabilidad de Gestión y Soft Computing  
Análisis de las Cuentas anuales  
Nuevos enfoques en el Análisis de Estados Financieros  
Técnicas Tradicionales de Análisis Financieros  
Nuevas tendencias de Información Financiera  
Análisis del período Medio y Capital Circulante  
Análisis Financiero  
Control Financiero Empresarial  
Equilibrios patrimoniales, estado de origen y aplicación de fondos, Cash flow  
Gestión de Procesos

##### **GESTIÓN SISTEMICAS PARA LA INTERACCIÓN AMBIENTAL E IMPLANTACIÓN DE ESTRATEGIAS**

Métodos subjetivos y Objetivos de Marketing  
Calidad y Productividad  
Control y Administración Financiera  
Modelos de Gestión en PyMES  
Obstáculos técnicos al comercio Internacional  
Gestión de Cooperación Internacional  
Remuneración estratégica  
Evaluación del Comportamiento Empresarial  
Mejoramiento continuo como perspectiva del futuro  
Comercialización de Producto que afectan al medio ambiente  
Gestión y modernización de las PyMES  
Gestión ambiental y tecnologías  
Las nuevas demandas  
Exigencias tecnológicas: salud y calidad ocupacional  
Desenvolvimiento de los instrumentos y metodologías para la elaboración de un Plan de negocios  
estructura del estudio de impacto ambiental  
Incidencia en el accionar comercial  
La función de la Evaluación del impacto ambiental

##### **ESTRATEGIAS DE MARKETING**

Gestión de Marketing en la Empresa la investigación de Mercado  
La Investigación de Mercado  
Orientación al Mercado y Competitividad de la Empresa  
La marca en la Estrategia de Marketing de las Empresas  
Comportamiento del Consumidor  
Política de Negocios y Economía de Empresas  
Estrategia Social y Económica de los Consumidores  
Segmentación y Posicionamiento  
Marketing Global  
Modelos de Planes de Marketing  
Implementación de Estrategias  
Sistema de Información de Marketing  
La investigación de la Imagen de Marca de Productos y Servicios  
Oportunidades Comerciales  
Dinámica Industrial y cambio estratégico  
Determinación del mercado objetivo

Posicionamiento  
Estrategias de marketing para nuevos mercados y en crecimiento  
Estrategias para mercados maduros y en declive  
Ética de los negocios

### **GESTIÓN ORGANIZACIONAL**

Nuevos Modelos de Gestión Empresarial  
Crecimiento Empresarial  
Nuevos Modelos de Gestión Empresarial  
Cuestiones Estratégicas y Organizaciones de Empresas  
Sistemas de Información  
Desenvolvimiento de Metodologías para el Estudio de Sistemas  
Formas de Estructuras para la Competitividad  
Estrategia Social y Económica de Consumidores  
Tecnología y Competitividad  
Estrategia de Operaciones  
Programas de Calidad  
Análisis Competitivo y Desarrollo de Recursos Humanos  
Estrategias Competitivas  
Integración Económica y Estrategia Empresarial  
Administración Participativa  
Modelos de Gestión  
Crecimiento Empresarial

### **LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA**

La Internacionalización de los Grupos Estratégicos de Empresas de Distribución Comercial  
Competitividad e Internacionalización de la Empresa  
Estrategias de Distribución Comercial  
Economía Internacional e Integración Económica  
La Organización de la Actividad Exterior de la Empresa  
Presencia en los Mercados Exteriores  
Plan de Marketing Internacional  
Informe Final y Resultados de una Investigación  
Estrategias de Marketing Internacional  
Control en la Economía Globalizada  
Gestión de Cooperación Internacional  
Internacionalización de las actividades de transferencia de tecnología y su implicación para el desarrollo  
La Internacionalización de los Grupos Estratégicos de Empresas de Distribución Comercial  
El proceso de globalización de la economía mundial

### **TECNOLOGÍAS DE INFORMACION EN LA EMPRESA Y SU IMPLICANCIA PARA EL DESARROLLO DE LAS PYMES**

Gestión y Tecnología en pequeñas y Medianas Empresas  
Éxito Empresarial y Papel de Capacitación Tecnológica  
Investigación de Mercados. Aplicaciones en el Sector de Servicios  
Evaluación y Selección de Nuevos Proyectos y Productos  
Estrategias de Distribución y Dirección Comercial de la Empresa Detallista  
Tecnología e Investigación y Desarrollo  
La Innovación: clave para el desarrollo empresarial y regional  
Procesos de Innovación  
La modelización en los procesos de innovación  
Modelos de selección y evaluación de proyectos tecnológicos

### **MARKETING COOPERATIVO**

Investigaciones cuali-cuantitativas de Marketing Cooperativo  
Gestión por procesos dentro del marco de las cooperativas  
Cuestiones Estratégicas y organizaciones de Empresas

### **MÉTODOS DE ANÁLISIS CUALI-CUANTITATIVOS**

Métodos cuantitativos aplicados a proyectos  
Técnicas de predicción de Empresas  
Modelos para el tratamiento de la incertidumbre  
Métodos multivariados aplicados a Administración

## INTEGRACIÓN REGIONAL DEL MERCOSUR Y ESTRATEGIAS EN AGRONEGOCIOS

Cultura y estrategias en agronegocios  
Estrategias de producción competitiva en cadena productiva agropecuaria  
Gestión de cooperativas agropecuarias  
Desenvolvimiento regional auto sustentado  
Interdisciplinariedad y complejidad organizacional  
Aprovechamiento del MERCOSUR como valor estratégico  
El MERCOSUR y su impacto regional  
Implementación de estrategias

§ 1º Os orientadores de Tese (*Directores de Tesis*) serão designados pela Coordenação do **Programa de Doutorado em Administração da FCE / UNAM**, de acordo com a temática selecionada pelos professores.

§ 2º A Coordenação do **Programa de Doutorado em Administração da FCE/UNAM**, poderá desconsiderar algum tema proposto pelo candidato ao Programa de Doutorado, quando este não for pertinente. Neste caso, o candidato não será aprovado no Programa de Doutorado.

**Art. 16º** Perderá o direito à vaga ao **Programa de Doutorado em Administração da FCE/UNAM**, o candidato que, não efetuar, rigorosamente no prazo estabelecido, o previsto nos **artigos 6º e 9º** deste Edital.

**Art. 17º** Será desclassificado e automaticamente excluído do processo seletivo o candidato que:

- a) apresentar documentos ou fazer declarações falsas em quaisquer etapas da seleção;
- b) não efetivar sua matrícula no prazo estabelecido por esse Edital;
- c) não apresentar até o ato da matrícula, Diploma e Histórico de Graduação e Diploma e Histórico de Mestrado, devidamente reconhecidos pelo Ministério da Educação e legalizados com a Apostila de Haia.

**Art. 18º** O candidato que não for selecionado para o **Programa de Doutorado em Administração da FCE/UNAM**, por razão de qualquer natureza, não terá a taxa de inscrição no processo seletivo devolvida, nem lhe caberá direito ao requerimento de qualquer indenização ou reparo.

**Art. 19º** Nos casos de desistência, por motivos de ordem pessoal, o candidato inscrito, após realizada a matrícula, adere a todas as condições do Contrato de Prestação de Serviços Educacionais, restando comprometido ao pagamento dos valores nele estipulados, tendo como único benefício o abono no percentual de 50% do valor de cada mensalidade.

**Art. 20º** O candidato inscrito, aceita de forma irrestrita, as condições deste Edital, não podendo delas alegar desconhecimento.

**Art. 21º** A Representação da UNAM no Brasil poderá desclassificar o candidato que deixar de cumprir as condições ou obrigações previstas neste Edital e a ela caberá decidir quanto aos casos omissos.

**Art. 22º** Este Edital entrará em vigor na data de sua divulgação.

Posadas, Misiones – Argentina, 08 de Agosto de 2019.

Coordenação – Doutorado em Administração  
Convênio FCE/UNAM - ICEPEM  
Faculdade de Ciências Econômicas - FCE  
Universidade Nacional de Misiones - UNAM