UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

CAROLINE THAÍS NEGRATO DE SOUZA

ANÁLISE AMOSTRAL DISCENTE SOBRE CONHECIMENTOS DE ALGUNS TERMOS TÉCNICOS EM INGLÊS USUAIS EM ADMINISTRAÇÃO COM BASE EM COLETÂNEA DE AUTORES RENOMADOS

BAURU
2014

CAROLINE THAÍS NEGRATO DE SOUZA

ANÁLISE AMOSTRAL DISCENTE SOBRE CONHECIMENTOS DE ALGUNS TERMOS TÉCNICOS EM INGLÊS USUAIS EM ADMINISTRAÇÃO EXPRESSOS EM COLETÂNEA DE AUTORES RENOMADOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Administração, sob orientação do Prof. Dr. Benedito Felipe de Souza.

BAURU
2014

Souza, Caroline Thais Negrato de.

S7293a

Análise amostral discente sobre conhecimentos de alguns termos técnicos em inglês usuais em administração expressos em coletânea de autores renomados / Caroline Thais Negrato de Souza -- 2014.

60f. : il.

Orientador: Prof. Dr. Benedito Felipe de Souza.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade do Sagrado Coração – Bauru – SP.

1. Administração. 2. Análise Amostral. 3. Pesquisa. 4. Termos Técnicos. 5. Discente. I. Souza, Benedito Felipe de. II. Título.

CAROLINE THAÍS NEGRATO DE SOUZA

ANÁLISE AMOSTRAL DISCENTE SOBRE CONHECIMENTOS DE ALGUNS TERMOS TÉCNICOS EM INGLÊS USUAIS EM ADMINISTRAÇÃO EXPRESSOS EM COLETÂNEA DE AUTORES RENOMADOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Administração sob orientação do Prof. Dr. Benedito Felipe de Souza.

Banca examinadora:

_____
Prof. Dr. Benedito Felipe de Souza
Universidade do Sagrado Coração

_____
Profa. Me. Elisabete Aparecida Zambelo
Universidade do Sagrado Coração

_____
Profa. Me. Rina Xavier Pereira
Universidade do Sagrado Coração

Bauru, 27 de junho de 2014.

Dedico este trabalho aos meus pais por estarem sempre presentes em todos os momentos de minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por me dar oportunidade de estar vivenciando mais essa etapa da minha vida. Aos meus pais que sempre me incentivaram e apoiaram em todos os momentos. Ao meu amigo professor Benedito Felipe de Souza que me orientou no meu trabalho, e a todo corpo docente da Universidade Sagrado Coração por esses anos de aprendizagem que vou levar por toda vida.

E aos meus amigos de curso, que sempre estiveram presentes por esses quatro anos.

RESUMO

O presente trabalho objetivou elaborar uma pesquisa bibliográfica com uso de termos técnicos em inglês, usuais em Administração, bem como, com base nesta, efetuar uma pesquisa de campo de forma amostral, através de questionário fechado, junto aos alunos do Curso de Administração para identificar o grau de conhecimento desses com relação às terminologias pesquisadas. Para alcançar esses objetivos foram adotadas as seguintes ferramentas metodológicas: a) quanto ao objetivo, a pesquisa abrange a pesquisa descritiva, b) quanto aos procedimentos de pesquisa: pesquisa bibliográfica e pesquisa quantitativa e c) quanto à fonte de informação: pesquisa de campo. Dentre uma numerosa quantidade de termos técnicos usuais em inglês ligadas ao Curso de Administração, nas suas mais variadas áreas, bem como em disciplinas que compõe tanto a grade curricular, como as áreas de atuação profissional, foram selecionados aleatoriamente 40 (quarenta) termos técnicos julgados importantes cujos entendimentos contribuem para o enriquecimento acadêmico quanto para a formação profissional. Dos 394 alunos matriculados no 1º. Semestre de 2014, correspondente ao universo ou população acadêmica do Curso de Administração, foram definidas quantidades crescentes e pesquisados, por meio de amostragem estratificada com uma representatividade de 100 (cem alunos), correspondente a 25% dos alunos matriculados, a saber: 10 (dez) alunos do 1º. Semestre, 20 (vinte) alunos do 3º. Semestre, 30 (trinta) alunos do 3º. Semestre e finalmente 40 (quarenta) alunos do 7º. Semestre. Dos resultados apurados em 22 tabelas, destacam-se as Tabelas 23 e 24, as quais demonstram respectivamente a apuração do índice ou grau de conhecimento dos termos técnicos de inglês e o *ranking* do grau de conhecimento os alunos do 5º. Semestre com índice de 94,1 pontos, seguido pela segunda colocação os alunos do 7º. Semestre com 89,3 pontos, em terceiro lugar os alunos do 3º. Semestre com 72,2 pontos e na quarta colocação os alunos do 1º. Semestre. Conclui-se que o presente trabalho alcançou plenamente os seus objetivos propostos cujas pesquisas, bibliográfica e de campo trouxeram relevantes informações para a coordenação e diretoria acadêmica do Curso de Administração.

Palavras-chave: Administração. Análise Amostral. Discente. Pesquisa. Termos técnicos.

ABSTRACT

This research aimed to develop a literature with the use of technical terms in English common in Business Management and, based on this, make a field survey with samples using a closed questionnaire, with students graduating in Administration to identify the degree of knowledge of those surveyed regarding terminology. To achieve these goals the following methodological tools were adopted: a) about the objective, the research is descriptive, b) as to the procedures of research: literature review and quantitative research and c) as to the source of information: field research. Among a large amount of useful technical terms in English related to the Business Management Course, in its various areas, as well as disciplines that make up both the curriculum, such as areas of professional practice, were randomly selected forty (40) technically important terms which contribute to the academic enrichment and for vocational training. Of the 394 students enrolled in the 1st. Half of 2014, corresponding to the academic universe or population of Business Management, increasing amounts were defined and investigated through stratified sampling with a representation of one hundred (100 students), corresponding to 25% of students enrolled, as follows: 10 (ten) students from 1st. Semester, twenty (20) students of the 3rd. Semester, thirty (30) students of the 3rd. Semester and finally, forty (40) students from the 7th. Semester. From the results reported in 22 Tables , Tables 23 and 24 stand out respectively which demonstrate the determination of the index or the expertise of the technical terms in English and the ranking of the degree of knowledge of the students of 5th. Half with 94.1 index points, followed by second place students in the 7th. Semester with 89.3 points, third students of the 3rd. Semester with 72.2 points and in fourth place students from 1st. Semester. It is concluded that the present work fully achieved its objectives proposed whose research, bibliographic and field containing relevant information for coordination and academic board of the Business Management Course.

Keywords: Administration. Sample analysis. Student. Search. Technical terms.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Quantidade de alunos matriculados e da amostra definida..... 33
Tabela 2 – Respostas obtidas da pesquisa: alunos do 1º. Semestre de 2014..... 34
Tabela 3 – Três nomenclaturas mais indicadas do item I – 1º. Semestre..... 35
Tabela 4 – Três nomenclaturas mais indicadas do item II – 1º. Semestre..... 36
Tabela 5 – Três nomenclaturas mais indicadas do item III – 1º. Semestre..... 36
Tabela 6 – Respostas obtidas da pesquisa: alunos do 3º. Semestre de 2014..... 38
Tabela 7 – Três nomenclaturas mais indicadas do item I – 3º. Semestre..... 39
Tabela 8 – Três nomenclaturas mais indicadas do item II – 3º. Semestre..... 39
Tabela 9 – Três nomenclaturas mais indicadas do item III – 3º. Semestre..... 40
Tabela 10 – Respostas obtidas da pesquisa: alunos do 5º. Semestre de 2014... 41
Tabela 11 – Três nomenclaturas mais indicadas do item I – 5º. Semestre..... 42
Tabela 12 – Três nomenclaturas mais indicadas do item II – 5º. Semestre..... 42
Tabela 13 – Três nomenclaturas mais indicadas do item III – 5º. Semestre..... 43
Tabela 14 – Respostas obtidas da pesquisa: alunos do 7º. Semestre de 2014... 44
Tabela 15 – Três nomenclaturas mais indicadas do item I – 7º. Semestre..... 45
Tabela 16 – Três nomenclaturas mais indicadas do item II – 7º. Semestre..... 45
Tabela 17 – Três nomenclaturas mais indicadas do item III – 7º. Semestre..... 46
Tabela 18 – Respostas obtidas da pesquisa-Somatória do 1º.-7º. Semestre/2014 47
Tabela 19 – Três nomenclaturas mais indicadas do item I – 1º. ao 7º. Semestre 48
Tabela 20 – Três nomenclaturas mais indicadas do item II – 1º. ao 7º. Semestre 48
Tabela 21 – Três nomenclaturas mais indicadas do item III – 1º. ao 7º. Semestre 49
Tabela 22 – Atribuição de pontos por “item” das indicações de termos técnicos. 49
Tabela 23 – Apuração do índice por Semestre..... 50
Tabela 24 – *Ranking* Semestral por índice apurado através de termos técnicos. 50

LISTA DE ABREVIATURAS OU SIGLAS

ABC	-	Custeio Baseado em Atividades
ABNT	-	Associação Brasileira de Normas Técnicas
AN	-	Anulada
BSC	-	*Balanced Scorecard*
Dr.	-	Doutor
Div.	-	Divisor
ed.	-	edição
ERP	-	*Enterprise Resource Planning*
FEFO	-	*First Expire, First Out*
FFOA	-	Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças
FIFO	-	*First In, First Out*
IMAM	-	Instituto Inovação e Melhoramento na Administração Moderna
Indic.	-	Indicações
JIT	-	*Just-in-time*
Jr	-	Junior
LIFO	-	*Last In, Last On*
LTC	-	Livros Técnicos Científicos
MRP	-	*Materials Requeriment Planning*
Ms.	-	Mestre
n°.	-	número
NBR	-	Normas Brasileiras
NR	-	Não Responderam
p.	-	página
Peps	-	Primeiro que entra, primeiro que sai
Prof.(a)	-	Professor (a)
Quant.	-	Quantidade
RH	-	Recursos Humanos
s.n.	-	*sine nomine* (editora não identificada)
SKU	-	*Stock Keeping Units* (unidades distintas mantidas em estoque)
SP	-	São Paulo
SWOT	-	*Strengths, Weakness, Opportunities, Thereats*

LISTA DE ABREVIATURAS OU SIGLAS

TCC	-	Trabalho de Conclusão de Curso
TI	-	Tecnologia da Informação
TL	-	Total
USC	-	Universidade do Sagrado Coração

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 12
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA 12
1.2 CARACTERIZAÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA 12
1.3 OBJETIVOS 13
1.3.1 Objetivo geral 13
1.3.2 Objetivos específicos 13
1.4 JUSTIFICATIVA 13
1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO 13

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA 15
2.1 *ACTIVITY-BASED COSTING* 15
2.2 *BALANCED SCORECARD* (BSC) 16
2.3 *BENCHMARKING* 17
2.4 *BLOCKBUSTERS* 17
2.5 CALLCENTER 17
2.6 *COACHING* 18
2.7 *CONTROLLER* 18
2.8 *CUT-OFF* 18
2.9 *DEMARKETING* 19
2.10 *DOWNSIZING* 19
2.11 *DUMPING* 19
2.12 *ENDOMARKETING* 19
2.13 *EMPOWERMENT* 20
2.14 *ENTERPRISE RESOURCES PLANNING* (ERP) 20
2.15 *E-SERVICE* 20
2.16 *FIRST-EXPIRE, FIRST-OUT* (FEFO) 21
2.17 *FIRST IN, FIRST OUT* (FIFO) 21
2.18 *FULL COSTING* 21
2.19 *GOODWILL* 21
2.20 *HARDWARE* 22
2.21 *HOUSEKEEPING* 22
2.22 *JOINT VENTURE* 22
2.23 *JUST-IN-TIME* 23
2.24 *LAST IN, FIRST OUT* (LIFO) 23
2.25 *LAYOUT* 23
2.26 *MARKETING* 24
2.27 *MARK-UP* 24
2.28 *MATERIALS REQUERIMENT PLANNING* (MRP) 24
2.29 *MERCHANDISING* 25
2.30 *NETWORKING* 25
2.31 *OUTSOURCING* 25
2.32 *OVERHEAD* 25
2.33 *PAYBACK* 26
2.34 SAFETY STOCK 26
2.35 *SUPPLY CHAIN* 26
2.36 SOFTWARE 26
2.37 *STAKEHOLDERS* 27
2.38 *SWOT* 27

2.39 *TURNOWER* 27
2.40 *WORKING COMPUTING* 28

3 METODOLOGIA 29
3.1 QUANTO AOS OBJETIVOS DA PESQUISA: DESCRITIVA 29
3.2 QUANTO AOS PROCEDIMENTOS DE COLETA DA PESQUISA: 29
3.2.1 Pesquisa bibliográfica 29
3.2.2 Pesquisa quantitativa 30
3.3 QUANTO À FONTE DE INFORMAÇÃO: 31
3.3.1 Pesquisa de campo 31

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS 32
4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DOS DADOS DA PESQUISA 32
4.2 RESULTADOS OBTIDOS: ANÁLISES E INTERPRETAÇÕES 33
4.2.1 Análise dos resultados obtidos na pesquisa 33
4.2.2 Avaliação final dos resultados obtidos 49

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES 51
5.1 CONCLUSÕES 51
5.2 RECOMENDAÇÕES 52

REFERÊNCIAS 53

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA 56

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO – PESQUISA DISCENTE 57

APÊNDICE A – SIGNIFICADOS DOS TERMOS TÉCNICOS EM INGLÊS 58

1 INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, com o predomínio maciço da globalização da economia e mercados, revelando um mundo crescente de negócios entre as nações e, sobretudo pelas mais variadas caracterizações das tomadas de decisões, notadamente no que se relaciona à competitividade entre as organizações; o conhecimento e uso constante de terminologias técnicas em inglês têm revelado que as pessoas com esse perfil têm cada vez mais destaque no cenário profissional.

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

A formação acadêmica baseada nas mais diferenciadas formas de ensino e aprendizagem de qualquer curso em todas as áreas do ensino, é uma preocupação constante dos gestores educacionais das Instituições de Ensino Superior, pois nela se fundamenta a base da formação profissional. Com base nisso, o presente trabalho busca através do questionamento a seguir posicionado, contribuir de certa maneira para identificar o grau ou estágio em que se encontram os estudantes de Administração da USC especificamente no que se relaciona a conhecimentos de terminologias técnicas em inglês.

1.2 CARACTERIZAÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA

Para realizar o presente trabalho, a definição e identificação de termos técnicos é fator inicial de sua realização, cuja obtenção de dados é possibilitada através de pesquisas bibliográficas minuciosas, consagradas em coletâneas de autores renomados, sob o ponto de vista de citações diretas de autores renomados.

A partir das pesquisas através de levantamentos bibliográficos é possível processar a pesquisa de campo relacionada à mensuração dos conhecimentos desses termos por parte dos discentes do Curso de Administração da USC.

Neste contexto elabora-se o seguinte questionamento:

Qual o índice de conhecimento discente por nível semestral dos alunos do Curso de Administração da USC matriculados no 1º. semestre de 2014, relacionados a alguns termos técnicos em inglês, como fator relevante para seu desempenho acadêmico atual e para sua futura carreira profissional?

1.3 OBJETIVOS

Os objetivos delineados neste trabalho são: objetivo geral e objetivos específicos.

1.3.1 Objetivo geral

Identificar através de pesquisa, o grau de conhecimento discente dos principais termos técnicos usuais de inglês, por semestre e na média geral do Curso de Administração como fator importante para seu desempenho acadêmico vigente e a sua futura carreira profissional.

1.3.2 Objetivos específicos

- selecionar termos técnicos com base em pesquisa bibliográfica;
- aplicar questionário;
- tabular os resultados obtidos;
- selecionar termos mais indicados pelos alunos e
- analisar e avaliar resultados finais.

1.4 JUSTIFICATIVA

Justifica-se a escolha do presente trabalho, tendo em vista a importância do conhecimento de terminologias técnicas em inglês como um dos fatores relevantes para a alavancagem da performance acadêmica e contribuição na formação profissional do administrador.

1.5 ESTRUTURAÇÃO E ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

O presente estudo está organizado da seguinte forma:

O Capítulo 1 abrange a Introdução, a qual trata da situação-problema a caracterização da situação problema, os objetivos gerais e específicos, a justificativa da escolha do trabalho e, por último, a presente estruturação ou organização do trabalho.

O Capítulo 2 evidencia a fundamentação teórica do trabalho, onde são tratados as principais nomenclaturas e terminologias, fundamentadas por autores renomados.

No Capítulo 3 é tratada a metodologia utilizada neste trabalho, ou seja, os métodos utilizados na pesquisa.

Já no Capítulo 4 são evidenciados os resultados obtidos na pesquisa.

Por último, no Capítulo 5 são apresentadas as conclusões e recomendações finais que fundamentam o objetivo proposto pelo presente trabalho e direciona sugestões para futuros trabalhos dessa natureza.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, Fundamentação Teórica, conhecida também como Revisão da Literatura é abordada, através de uma cuidadosa coletânea bibliográfica, alguns dos inúmeros termos técnicos usuais no campo administrativo e áreas afins, através dos quais é expressa a visão conceitual e ou entendimento de autores renomados.

A descrição de cada termo técnico é *tratada única e exclusivamente através de "**citação direta**"* (grifo nosso), assim expresso por Universidade do Sagrado Coração (2014, p. 40-41, grifo do autor):

> É a transcrição textual (de forma literal) dos conceitos de um autor consultado. As citações diretas, no texto, **de até três linhas**, devem estar contidas entre aspas duplas. As aspas simples são utilizadas para indicar citação no interior da citação: [...]
> As citações diretas, no texto, **com mais de três linhas**, devem ser destacadas com recuo de 4 cm da margem esquerda, com letra menor que a do texto utilizado, sem aspas e com espaço simples: [...].
> As supressões, interpolações e os destaques devem ser indicados do seguinte modo:
> - Supressões: [...]
> - Interpolações, acréscimos ou comentários: [ ]
> - ênfase ou destaque no texto: grifo ou negrito ou itálico. Quando enfatizar trechos da citação com destaque, deve-se indicar essa alteração com a expressão **grifo nosso**, após a chamada da citação, ou **grifo do autor**, caso o destaque já esteja na obra consultada.

É fundamental destacar ainda que, cada termo técnico pesquisado é apresentado por ordem alfabética, por questão de facilidade na sua identificação.

2.1 *ACTIVITY-BASED COSTING* (ABC)

Wernke (2004, p. 22, grifo do autor) ao tratar sobre Custeio Baseado em Atividades no tópico Método de Custeio em sua obra, assim se expressa:

> A concepção atual do Custeio Baseado em Atividades (ABC) surgiu nos Estados Unidos na década de 80, formalizado pelos Profs. Robert Kaplan e Robin Cooper, da Harvard Businnes Schol, com o objetivo principal de aprimorar a alocação dos custos e despesas indiretos fixos (também conhecidos como (*overhead*) aos produtos.
> Kaplan e Cooper (1998) mencionam que os sistemas de custeio baseados nas atividades ofertam informações de custos mais precisas sobre atividades e processos de negócios e sobre produtos, serviços e clientes servidos por esses fatores. O ABC focaliza *as* atividades organizacionais como elementos-chaves para análise do comportamento do custo. Os geradores de custo da atividade, fornecidos por vários sistemas de

> informações da empresa, associam os custos da atividade aos produtos, serviços e clientes que geram a demanda para as atividades organizacionais (ou se beneficiam delas).
> Atkinson et al. (2000) relatam que os sistemas de custeio baseados em atividades fundamentam-se na idéia de que os direcionadores de custos é que vinculam, diretamente, as atividades executadas aos produto fabricados. Esses direcionadores medem o consumo médio ocorrido, em cada atividade, pelos vários produtos. Então, os custos das atividades são atribuídos aos produtos, na proporção do consumo que os produtos exercerem, em média, sobre as atividades.
> Na visão tradicional (custeio por absorção), os produtos ou serviços (centro de custos ou de responsabilidade) consomem recursos. Na metodologia ABC, supõe-se que serviços ou produtos consomem atividades e que são essas as atividades que consomem os recursos (ver Figura 2.1).

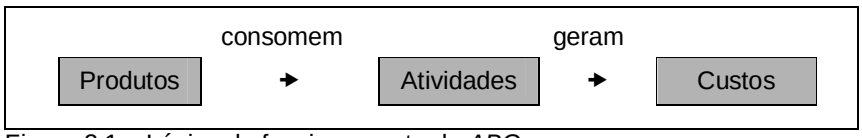

Figura 2.1 – Lógica de funcionamento do *ABC*.

2.2 *BALANCED SCORECARD* (BSC)

Ferreira (2007, p. 334) ao abordar o tópico gestão de sistema de custo em sua obra, destaca que:

> De maneira geral, pode-se dizer que o BSC é um sistema de gestão baseado em indicadores que impulsionam o desempenho operacional, proporcionando à organização uma visão de negócio abrangente, atual e futura. Essa nova filosofia gerencial procura traduzir a missão, a visão e estratégia da organização em objetivos e metas diferenciados de acordo com estas quatro perspectivas: 1) financeiras; 2) do cliente; 3) dos processos internos; e 4) de aprendizado e crescimento. O BSC funciona como um painel de controle para a empresa. Com ele, é possível visualizar a organização dessas várias perspectivas de uma só vez. Nesse painel, uma série de informações estratégicas são organizadas em um conjunto de indicadores que permitem localizar problemas, definir rumos, prever turbulências e entender para onde caminha a empresa.
> Assim, o BSC é uma ferramenta de grande valia para a contabilidade, pois está voltada às questões gerenciais da empresa e utiliza essa abordagem em atividades e processos inter-relacionados funcionalmente, propiciando aos contadores transmitir à administração informações qualificadas sobre o desempenho dos processos produtivos da organização, que possibilitarão identificar os pontos-chave nesses processos, influenciando direta ou indiretamente os objetivos e metas da empresa, dirigindo esforços para melhorá-los e, consequentemente, melhorar seus resultados.

2.3 *BENCHMARKING*

Chiavenato (2010, p. 340, grifo do autor), segundo o autor benchmarking:

> **O benchmarketing não é uma ferramenta de controle. Na verdade, é uma ferramenta de comparação entre o que a empresa está fazendo – em termos de produtos, serviços, processos – e o que o mercados – as empresas mais conhecidas e adiantadas - está fazendo. Para quê? Não apenas para copiar ou imitar, mas para aprender com elas e tentá-la ultrapassá-las. O benchmarketing é uma forma de estudar e analisar o que as outras empresas estão fazendo de melhor – o melhor do melhor – para não tentar fazer o mesmo ou melhor ainda. No fundo, trata-se de uma arte de descobrir como e por que algumas empresas podem desempenhar muito mais tarefas e bem melhor do que outras empresas. Benchmarketing significa olhar para fora e para outros concorrentes.**

2.4 *BLOCKBUSTERS*[1]

Gasnier (2002, p. 45, grifo do autor), ao abordar em seu trabalho sobre a dinâmica dos estoques, classifica a popularidade dos estoques, os *"blockbusters"* ou *"best-sellers"* como:

CLASSE P	**Muito popular:** tratam-se das SKU que apresentam elevada freqüência de movimentação, digamos pelo menos uma transação por dia. Também podem ser denominados *"blockbusters"* ou *"best-sellers*".

Fonte: Gasnier (2010, p. 45, grifo do autor).

2.5 *CALLCENTER*

Para Franco Júnior (2003, p. 305), *Callcenter* é:

> Serviço de atendimento telefônico, geralmente gratuito, usando o padrão mundial 0-800 ou 1-800. A principal característica desse serviço é a interação com pessoas (e não com gravação pré- formatadas). Esse recurso tem sido muito usado para vendas, informações, atendimento ao consumidor para dúvidas, reclamações ou informações.

[1] Não confundir este termo com o seu uso puramente mercadológico, no qual é explorado o seu entendimento como indicador de grande sucesso, especialmente para filmes, livros.

2.6 *COACHING*[2]

Chiavenato (2009, p. 404, grifo do autor), apresenta em seu trabalho, o seguinte entendimento sobre *Coaching*:

> O *coaching* é um relacionamento que envolve duas pessoas, o líder e o subordinado, representados pelo *coach* e o aprendiz. O que mais caracteriza o *coaching* é o valor que ele agrega às partes que interagem entre si. Ele se baseia em um vínculo que impulsiona talentos, cria competências e estimula potencialidades. Nesse relacionamento, o *coach* lidera, orienta, guia, aconselha, treina, desenvolve, estimula, impulsiona o aprendiz, enquanto este aproveita o impulso e a direção para aumentar seus conhecimentos, melhorar o que já sabe, aprender coisas novas e deslanchar seu desempenho.

2.7 *CONTROLLER*

Gitman e Maduro (2003, p. 658, grifo dos autores), definem: "**Controller** – pessoa que costuma lidar com atividades contábeis, tais como contabilidade corporativa, gerenciamento de impostos e contabilidade de custos e financeira."

2.8 *CUT-OFF*

Souza e Pereira (2006, p. 23, grifo dos autores) fazem a seguinte abordagem sobre *CUT OFF*:

> [...] ***CUT OFF:*** também conhecido como "corte". Especificamente para inventários, representa o momento, a data de interrupção das operações para efeito de seu levantamento da contagem física dos estoques armazenados na empresa, bem como os produtos em elaboração na fábrica.

[2] Terminologia também entendida como "Mentoring". Contudo, é importante destacar que "Mentoring" é uma espécie de tutoria onde um profissional com larga experiência orienta e compartilha com profissionais mais jovens, que estão começando suas carreiras profissionais no mercado de trabalho, experiências e conhecimentos, objetivando fornecer-lhes orientações e conselhos para o desenvolvimento de suas carreiras. Estas orientações abrangem desde o âmbito pessoal até o profissional.

2.9 *DEMARKETING*

Churchill Jr. e Peter (2012, p. 45) ao tratar do assunto ambiente natural, na perspectiva do profissional de marketing, referencia *demarketing* com o seguinte texto:

> Quando a oferta de recursos é limitada, os profissionais de marketing podem responder de várias maneiras. Eles podem desenvolver um composto de marketing para vender uma quantidade menor do produto, mas por um preço mais alto. Em alguns casos, podem até fazer uso do demarketing, um esforço para reduzir a demanda por um produto. Um uso comum do demarketing é a tentativa feita por muitas empresas de fornecimento de energia elétrica de oferecer a seus clientes dicas sobre como poupar energia: evitar usar muito o chuveiro elétrico, não abrir muitas vezes a porta da geladeira, usar ventiladores em vez de ar-condicionado ou instalar lâmpadas mais eficientes. Esses esforços de demarketing não só ajudam a reduzir a demanda, como também podem melhorar a imagem pública da empresa como uma organização preocupada com o ambiente natural. (CHURCHILL JÚNIOR; PETER, 2012, p. 45).

2.10 *DOWNSIZING*

Para Maximiano (2010, p. 478, grifo do autor): “**Downsizing.** Redução da hierarquia e do quadro de funcionários da empresa; enxugamento.”

2.11 *DUMPING*

Kotler e Keller (2012, p. 738) destacam a terminologia inglesa “*dumping*” ao tratar sobre a questão de estratégias globais de preço entre multinacionais, mas de forma explicativa esclarece no tópico glossário de suas obras, dessa forma: “dumping: situação em que uma empresa cobra abaixo de seus custos ou abaixo do que cobra em seu mercado doméstico, a fim de entrar em um mercado ou conquistá-lo.”

2.12 *ENDOMARKETING*

Costa (2012, p. 15) ao abordar sobre *endomarketing* destaca em sua obra:

> [...] endomarketing é um processo gerencial desenvolvido em resposta a demandas complexas de gestão empresarial, com o objetivo de minimizar

> seus possíveis impactos negativos. Entre elas, podemos citar com destaque a necessidade de promover a motivação das pessoas, a gestão do clima organizacional, a busca por desempenhos superiores e a gestão de mudanças – algo que costuma enfrentar resistências natural das pessoas.

2.13 *EMPOWERMENT*

Chiavenato (2010, p. 210, grifo do autor), assim de expressa ao abordar sobre empowerment:

> **O *empowerment* significa proporcionar maior grau de liberdade e autonomia para as pessoas e equipes de trabalho. Em geral, começa com uma melhor qualificação das pessoas – subordinados e chefias – com a educação corporativa e o treinamento e desenvolvimento intensivos. Essa é a fase de preparação do terreno. Depois, com uma mudança na cultura gerencial para transformar gerentes e supervisores em líderes de pessoas. Essa é a fase de plantio. Trata-se aqui de mudar o estilo gerencial e substituir o trabalho do gerente tradicional focados em substituir o trabalho do gerente tradicional focados em controles e detalhes em condução e alavancagem de talentos focados em comunicação e motivação. Depois, é só colher os resultados. Está havendo um deslocamento do conceito de amplitude de controle para o conceito de equipe e de *empowerment*.**

2.14 *ENTERPRISE RESOURCES PLANNING* (ERP)

Haberkorn (2008, p. 31) ao tratar sobre a evolução da internet e do ERP desenvolve a seguinte explicação do ERP como sendo: “[...] a informatização integrada de todos os processos de uma empresa, sejam eles contábeis, financeiros, de RH, de estoques, custos, compras, produção, faturamento etc.”

2.15 *E-SERVICE*

Hoffman et al. (2012, p 80, grifo do autor) estaca e-service da seguinte maneira:

> É um serviço eletrônico disponível via internet, que completa tarefas, soluciona problemas ou realiza transações. *E-services* podem ser usados por pessoas, empresas e por outros *e-services* e podem ser acessados por uma ampla gama de dispositivos. Entre os *e-services* disponíveis atualmente estão serviços bancários, serviços de rastreamento de pacotes da UPS e serviços de comércio de ações da Schwab. Em essência, um *e-*

> *service* é qualquer bem que se torna disponível por meio da internet e que cria novas eficiências e novos fluxos de receita.

2.16 *FIRST-EXPIRE, FIRST-OUT* (FEFO)

Ao abordar sobre FEFO, Dias (2012, p. 336, grifo do autor) faz a seguinte descrição do seu entendimento: “FEFO - *First-Expere, First-Out* ou Primeiro que Vence é o Primeiro que Sai. Serve para gerenciar a arrumação e expedição das mercadorias do estoque de acordo com o prazo de validade.”

2.17 *FIRST IN, FIRST OUT* (FIFO)

Iudícibus et al. (2010, p. 110, grifo dos autores), destaca o seguinte entendimento sobre Peps ou Fifo o tratar sobre critério de atribuição de preços aos inventários:

> Com base nesse critério, daremos baixa no custo da seguinte maneira: o Primeiro que Entra é o Primeiro que Sai (Peps) (também conhecido por Fifo, da expressão em inglês: *first-in-first-out*). Assim, à medida que ocorrerem as vendas, vamos dando baixa a partir das primeiras compras, o que equivaleria ao raciocínio de que vendemos primeiro as primeiras unidades compradas.

2.18 *FULL COSTING*

Bernardi (1998, p. 32, grifo do autor) ao ilustrar em sua obra o assunto “custos na indústria”, esclarece que:

> [...] os custos são estudados e desenvolvidos, para as atividades industriais e de serviços, pelo método de absorção (*full costing), ou seja,* todos os custos incorridos na “produção são alocados ao produto final, cada qual com seu enfoque específico e particularidades típicas da atividade, [...].

2.19 *GOODWILL*

Marion (2003, p. 357, grifo do autor) esclarece o seguinte entendimento sobre *Goodwill*:

> A expressão *Goodwill* é comumente traduzida para o português como Fundo de Comércio, embora os significados de ambos os termos sejam diferentes.

> *Goodwill* é comumente definido, de forma não perfeita, como um Ativo Intangível que pode ser identificado pela diferença entre o valor contábil e o valor de mercado de uma empresa.
> Em outras palavras, diz-se que o *Goodwill* é uma espécie de ágio, de um valor agregado que tem a empresa em função da lealdade dos clientes, da imagem, da reputação, do nome da empresa, da marca de seus produtos, do ponto comercial, de patentes registradas, de direitos autorais, de direitos exclusivos de comercialização, de treinamento e habilidade de funcionários etc.

2.20 *HARDWARE*

Na opinião de Laudon e Laudon (2007, p. 12, grifo do autor):

> **"Hardware"** é o equipamento físico usado para atividades de entrada, processamento e saída de um sistema de informação. Consiste no seguinte: computadores de vários tipos e formatos; diversos dispositivos de entrada, saída e armazenagem; e o meio físico que interliga todos esses elementos.

2.21 *HOUSEKEEPING*

Chiavenato (2010, p. 374, grifo do autor) descreve que:

> **A prática do *housekeeping* (arrumar a casa) tem por objetivo proporcionar melhor aproveitamento do espaço, eliminar as causas dos acidentes, desenvolver o espírito de equipe e assegurar boa aparência da organização. A implantação do programa dos cinco "S" nas empresas japonesas requer que todos os funcionários sejam pessoalmente responsáveis pelas seguintes atividades dentro da organização:**
> **-Seiri: separar o necessário do desnecessário, o essencial do acidental.**
> **-Seiton: organizar, colocar as coisas nos devidos lugares.**
> **-Seiso: limpar, manter o ambiente limpo e agradável.**
> **-Seiketsu: padronizar, simplificar as coisas.**
> **-Shitsuke: disciplinar, manter a ordem e os compromissos.**
> **O programa dos cinco "S" muda completamente o comportamento das pessoas dentro das organizações. Em vez de simples trabalhadores, as pessoas tornam-se responsáveis pelos cinco "S" em sua área de trabalho. Não se trata apenas de realizar a tarefa em si, mas de realizá-la de acordo com os critérios anteriores. Mais do que isso, administrar a tarefa e o ambiente onde é realizada.**

2.22 *JOINT VENTURE*

Baron (2011, p.220, grifo do autor),

> Uma sociedade com fim específico, uma forma de empresa que assemelha a uma sociedade por cotas, exceto que não há sócios comanditários ou comanditados e o objeto do empreendimento é bastante limitado. Você não

> quer administrar uma empresa; apenas deseja comprar, manter e então vender um terreno. Em uma *joint venture*, todos os participantes podem fazer parte da administração do empreendimento e da tomada de decisão. Quanto maior o número de ações que detêm, a mais votos têm direito; o número de ações, por sua vez, é determinado pelo montante do seu investimento inicial.
> A renda advinda de uma *joint venture* é tributada como se tivesse sido gerada por uma sociedade por cotas (ela é repassada aos participantes) e a questão da responsabilidade é, em grande parte, irrelevante, já que a *joint venture* é constituída para um fim específico e limitado.

2.23 *JUST-IN-TIME*

Dias (2012, p. 131, grifo do autor) destaca numa abordagem introdutória o seguinte entendimento sobre *just-int-time*:

> A ideia do *Just-in-Time* surgiu no Japão na década de 70 e foi sendo assimilada pela indústria ocidental, de forma mais efetiva, a partir dos anos 80. A Toyota Motor Company, sentindo a necessidade de coordenação da produção com as diferentes solicitações da demanda por veículos (modelos, cores etc.), foi quem primeiro aplicou a teoria do JIT a suas linhas de montagem.
> De forma geral, o sucesso dos produtos japoneses industrializados deve-se principalmente aos sistemas de manufatura que conseguiram agregar, ao mesmo tempo, alta qualidade e preços competitivos. Esses sistemas, apoiados pelos conceitos do JIT, trabalham com a meta do estoque “zero”, que é um dos fundamentos básicos do JIT.
> Considerando uma “filosofia” de aplicabilidade universal, o JIT é comumente associado a algumas expressões, como por exemplo, produção sem estoques, eliminação de desperdício, melhoria contínua de processos etc.

2.24 *LAST IN, FIRST OUT* (LIFO)

Marion (2009, p. 181, grifo do autor) ao tratar em seus estudos sobre controle dos estoques, especificamente no âmbito do inventário permanente faz o seguinte destaque sobre Lifo o Ueps, método esse, rarissimamente utilizado no Brasil:

> **Ueps:** último que entra, primeiro que sai. Imagine uma loja com depósito de areia. Quando chega a areia o caminhão despeja no depósito. Na hora da venda, a última que entrou é a primeira que sai. Em inglês, essa sigla é conhecida como Lifo = last int, first out. Esse método não é aceito pelo Imposto de Renda.

2.25 *LAYOUT*

Viana (2002, p. 309, grifo do autor) esclarece que:

> O significado de *layout* pode ser explicado por meio das palavras *desenho*,

> *plano*, *esquema*, ou seja, é o modo pelo qual ao se inserirem figuras e gravuras surge uma planta, podendo-se, por conseguinte, afirmar que o *layout* é uma maquete no papel.
> *O layout* influi desde a seleção ou adequação do local, assim como no projeto de construção, modificação ou ampliação, conforme o caso, bem como na distribuição e localização dos componentes e estações de trabalho, assim como na movimentação de materiais, máquinas e operários. Logo o *layout* é iniciado com a aplicabilidade da elaboração de um projeto, sendo finalizado por sua concretização.
> Portando, para que haja um projeto perfeito, há que se ter um planejamento, tem que existir um *layout*.

2.26 *MARKETING*

Kotler e Keller (2012, p. 3, grifo dos autores), destaca em suas obras o que é marketing proposta pela American Marketing Association como sendo: "*[...] a atividade, o conjunto de conhecimentos e os processos de criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para consumidores, clientes, parceiros e sociedade como um todo*."

2.27 *MARK-UP*

> O conceito de *mark-up*, que traduzimos como multiplicador sobre os custos, é uma metodologia para se calcular preços de venda de forma rápida, a partir do custo por absorção de cada produto. O conceito de *mar-up*, amplamente utilizado tanto pelas empresas de grande porte como pelas microempresas, parte do pressuposto de que a base para a diferenciação de preços de venda dos diversos produtos da empresa é o custo por absorção.
> Evidencia-se aqui como ainda está arraigado, em nossa cultura contábil-financeira, o conceito de custo por absorção como o mais adequado para se obter o custo dos produtos. A partir do custo por absorção de cada produto, aplica-se um multiplicador, de tal forma que os demais elementos formadores do preço de venda sejam adicionados ao custo a partir desse multiplicador.
> É importante ressaltar que, apesar de o *mark-up* ser um multiplicador aplicado sobre o custo dos produtos, a sua construção está ligado a determinador percentuais sobre o preço de venda. Todos os componentes do *mark-up* são determinados por meio de relações percentuais médias sobre os preços de vendas e, a seguir, aplicados sobre o custo dos produtos. (PADOVEZE, 2005, p. 314, grifo do autor).

2.28 *MATERIALS REQUERIMENT PLANNING* (MRP)

Dias (2012, p. 120), define MRP como sendo:

> [...] um sistema que estabelece uma série de procedimentos e regras de decisão, de modo a atender às necessidades de produção numa sequência

> de tempo logicamente determinada para cada item componente do produto final. O sistema MRP é capaz de planejar as necessidades de materiais a cada alteração na programação da produção, registros de inventários ou composição de produtos. Em outras palavras, trata-se de um sistema que propõe a definir as quantidades necessárias e o tempo exato para utilização dos materiais na fabricação dos produtos finais.

2.29 *MERCHANDISING*

"Merchandising – termo usado para descrever um papel na gestão de operações varejistas, que geralmente combina a gestão de estoque e compras com a organização do arranjo físico de uma loja" destacam Slack, Chambers e Johnston (2009, p. 680, grifo dos autores).

2.30 *NETWORKING*

Dornelas (2012, p. 24) esclarece o significado de Networking da seguinte forma: "Os empreendedores sabem construir uma rede de contatos que os auxiliam no ambiente externo da empresa, junto a clientes, fornecedores e entidades de classe."

2.31 *OUTSOURCING*

Silva (2008, p. 444, grifo do autor) destaca em sua obra dentre alguns termos relacionados aos projetos organizacionais no contexto das teorias da administração o seguinte termo: "***outsourcing*** **(terceirização):** "subcontratação de atividades que antes eram desempenhadas pela própria organização."

2.32 *OVERHEAD*

Para Oliveira e Perez Júnior (2000, p. 110, grifo dos autores):

> *Overhead* é o custo indireto apropriado aos produtos, tendo como critério de rateio a mão-de-obra *(sic)* produtiva. Essa apropriação é muito utilizada por empresas que tenham participação relevante da mão-de-obra no custo total do produto e pode ser feita por uma taxa aos produtos ou por meio de determinação de taxas específicas para cada centro de custo.

2.33 *PAYBACK*

> O número de anos necessários para recuperar o investimento inicial é chamado de **período de recuperação do investimento (*payback*)**. Se o período de *payback* encontrado representa um período de tempo aceitável para a empresa, o projeto será selecionado.
> Suponha que um período de recuperação de investimento máximo aceitável para uma empresa seja de 4 anos. Considere que um projeto proporcione uma entrada anual de caixa de $20.000 para os próximos 6 anos e que o investimento inicial seja de $70.000. Um simples cálculo mostra que, após 4 anos, o projeto contribuirá com uma entrada de caixa de $80.000 (4 anos x $20,000 = $80.000). Portanto, ele deve ser aceito, porque seu investimento inicial é recuperado em menos de 4 anos. (GROPPELLI; NIKBAKHT, 1998, p. 136, grifo dos autores).

2.34 *SAFETY STOCK*

Estoque de Segurança é uma terminologia utilizada no mundo dos negócios com muita frequência. Também conhecida como *"Safety Stock"*.

Dias (2012, p. 336) explica com muita propriedade o entendimento dessa nomenclatura da seguinte maneira:

> Quantidade mantida em estoque para suprir nas ocasiões em que a demanda é maior do que a esperada e/ou quando a oferta para repor estoque.ou de matéria-prima para fabricá-la é menor do que a esperada e/ou quando o tempo de ressuprimento é maior que o esperado e/ou quando houver erros de controle de estoque que levam o sistema de controle a indicar mais material do que a existência efetiva.

2.35 *SUPPLY CHAIN*

Francischini e Amaral Gurgel (2002, p. 262, grifo dos autores) assim se expressam descreve sobre *supply chain*: "**Integração dos processos que formam um determinado negócio, desde os fornecedores originais até o usuário final, proporcionando produtos, serviços e informações que agregam valor para o cliente."**

2.36 *SOFTWARE*

> *O software consiste em programas de computador que controlam o funcionamento do hardware, ou seja, são sequências de instruções interpretáveis pela máquina. A documentação descreve as funções do programa de modo que o usuário possa operá-lo. Alguns programas exibem parte da documentação na tela, enquanto outros a apresentam em recursos*

> *externos, como por exemplo, manuais impressos. Existem dois tipos fundamentais de software: software básico e software aplicativo.* (STAIR; REYNOLDS, 2002, p. 98, grifo dos autores).

2.37 *STAKEHOLDERS*

Para Freemann e Redd (1975 apud MORAIS, 2005, p. 17-18, grifo dos autores): "*[...], stakeholders* são quaisquer indivíduos ou grupos que podem afetar a obtenção dos objetivos organizacionais ou serem afetados pelo processo de busca desses objetivos."

2.38 *SWOT*

Chiavenato (2010, p. 156, grifo do autor), na visão do autor SWOT:

> O termo SWOT provém da conjunção das siglas das palavras em inglês *strenghts, weakness, opportunities e threats*. Poderia ser denominado FFOA (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças). Na verdade, trata-se de uma tabela de dupla entrada na qual nas linhas estão as forças e fraquezas organizacionais, e nas colunas as oportunidades e ameaças ambientais. Quase sempre a análise SWOT é feita periodicamente pelas empresas para mapear sua situação diante do ambiente geral e ambiente de tarefa, particularmente em relação aos concorrentes e mudanças que surgem a cada momento.

2.39 *TURNOVER*

Chiavenato (2009, p. 42, grifo do autor) ao tratar sobre a rotatividade de pessoal numa empresa, esclarece que:

> Um dos problemas que atualmente vêm preocupando os executivos da área de RH das organizações é a intensificação das saídas ou perdas de recursos humanos, provocando a necessidade de compensá-los por meio da intensificação das entradas. Em outros termos, os desligamentos de pessoal têm de ser compensados por meio de novas admissões para manter ou regular o nível de recursos humanos em proporções adequadas para a operação do sistema. A esse fluxo de entradas e saídas de pessoal dá-se o nome rotatividade de pessoal ou *turnover*.

2.40 *WORKING COMPUTING*

Vergara (2010, p. 190) ao discorrer sobre gestão de pessoas e notadamente ao abordar sobre o que é uma equipe enfatiza que: “*Working computing* é um conjunto de softwares que se destina a auxiliar o trabalho em grupo.”

3 METODOLOGIA

O presente trabalho busca conhecer o grau de conhecimento dos alunos de administração dos conceitos dos termos técnicos selecionados, através da pesquisa processada através de questionário fechado.

Assim sendo, a metodologia da pesquisa usada no presente trabalho abrange três fundamentos que são: **a) quanto aos objetivos da pesquisa**, **b) quanto aos procedimentos de coleta** e **c) quanto à fonte de informação**. Cada um desses fundamentos está indicado a seguir a pesquisa específica requerida na sua aplicação.

3.1 QUANTO AOS OBJETIVOS DA PESQUISA: DESCRITIVA

Para Best (1972 apud MARCONI; LAKATOS, 2011, p. 6), a pesquisa descritiva tem o seguinte tratamento: "'Delineia o que é' – aborda também quatro aspectos: descrição, registro, análise e interpretação de fenômenos atuais, objetivando o seu funcionamento no presente."

3.2 QUANTO AOS PROCEDIMENTOS DE COLETA DA PESQUISA: PESQUISA BIBLIOGRÁFICA E PESQUISA QUANTITATIVA,

3.2.1 Pesquisa bibliográfica

Beuren (2004) esclarece que a pesquisa bibliográfica constitui parte da pesquisa descritiva, quando tem por finalidade de recolher informações e conhecimentos prévios relacionados a um assunto para o qual se procura resposta.

A referida autora destaca ainda:

> O material consultado na pesquisa bibliográfica abrange todo referencial já tornado público em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, **livros**, pesquisas, monografias, dissertações, teses, entre outros. Por meio dessas bibliografias reúnem-se conhecimentos sobre a temática pesquisada. Com base nisso é que se pode elaborar o trabalho monográfico, seja ele em uma perspectiva histórica ou com o intuito de reunir diversas **publicações isoladas e atribuir-lhes uma nova leitura**. (BEUREN, 2004, p. 87, grifo nosso).

3.2.2 Pesquisa quantitativa

Richardson (2008, p. 165), se expressa no que se refere à pesquisa quantitativa:

> [...] caracteriza-se pelo emprego de quantificação tanto na modalidade coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples como percentual, média, desvio-padrão, às mais complexas, como coeficiente de correlação, análise de regressão etc. [...].

O tratamento da pesquisa quantitativa está diretamente relacionado à questão do foco deste trabalho que envolveu a pesquisa junto aos alunos do Curso de Administração, com tratamento simultaneamente de população (todos os alunos do curso) e amostra (quantidade de respondentes da pesquisa).

A importância da pesquisa quantitativa verifica-se pela abrangência da pesquisa, a qual foi baseada numa população definida (Curso de Administração da USC) e em seguida na escolha de amostras, realizadas junto às quatro etapas do 1º semestre de 2014.

O relacionamento da pesquisa quantitativa com população e a amostra fundamentam-se nos seguintes posicionamentos:

3.2.1.1 População e amostra

Toledo e Ovalle (1995, p. 16, grifo nosso), destacada:

> Dois conceitos utilizados largamente em Estatística são população ou universo estatístico e amostra.
> O conjunto da totalidade dos indivíduos sobre o qual se faz uma inferência recebe o nome de **população ou universo**. A população congrega todas as observações que sejam relevantes para o estudo de uma ou mais características dos indivíduos [...].
> A **amostra** pode ser definida como um subconjunto, uma parte selecionada da totalidade de observações abrangidas pela população, através da qual se faz um juízo ou inferência sobre s características da população.

3.2.1.2 Amostra estratificada

Segundo Appolinário (2011, p. 128-129, grifo nosso) a amostragem estratificada ocorre quando existe:

> [...] a possibilidade de os sujeitos de determinada população serem subdivididos em estratos subclasses distintas, pode-se constituir uma amostra para cada uma dessas subclasses. Esse procedimento melhora a eficiência amostral, na medida em que as amostras estratificadas tendem a refletir melhor a realidade da população estudada, sob determinado ponto de vista. **Por exemplo: deseja averiguar a opinião dos estudantes de determinada universidade.** [...] Assim, decide-se constituir [...] amostras aleatórias e simples separadas [...].

3.3 QUANTO À FONTE DE INFORMAÇÃO: PESQUISA DE CAMPO

3.3.1 Pesquisa de campo

Para Parra Filho e Santos (2000, p. 18): “Se o pesquisador executa seu trabalho valendo-se de questionários aplicados ao objeto de seu estudo, com a finalidade de coletar dados que lhe permitam responder ao problema, a pesquisa é denominada de campo.”

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS

O presente capítulo trata da descrição e a análise dos resultados obtidos na pesquisa de campo.

4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DOS DADOS DA PESQUISA

Inicialmente foi elaborada uma **pesquisa bibliográfica** de forma aleatória em diversos livros constantes do acervo da Biblioteca “Cor Jesu”, direcionada na coletânea de termos técnicos em inglês com base em **citação direta**, publicadas por autores renomados; termos esses, usuais no **Curso de Administração**, relacionadas a diferentes disciplinas do curso, bem como, com afinidade com outros cursos como **Ciências Contábeis**, **Gestão de Recursos Humanos**, **Gestão de Marketing**, **Engenharia de Produção**, entre outros.

Foram definidos 40 termos técnicos[3], como sendo uma quantidade aceitável na aplicação da pesquisa de campo, uma vez que com essa quantidade a elaboração da pesquisa junto aos alunos do Curso de Administração constituiria num instrumento de obtenção de resposta que não demandaria tempo excessivo e facilitasse a aplicação rigorosa nas respostas por parte dos respondentes.

Diante disso, o passo seguinte consistiu em elaborar uma **pesquisa de campo** junto aos alunos do 1º., 3º, 5º, e 7º semestres do Curso de Administração, cujo instrumento de pesquisa definido foi um questionário de perguntas fechadas, conforme modelo inserido no APÊNDICE A, formadas pelos 40 (quarenta) termos técnicos em inglês, cujo formado direcionado para resposta do questionário está composta conforme Figura 1 a seguir.

Figura 1 – Itens a serem respondidos do questionário fechado.

I – Conheço o significado do termo técnico indicado.
II – O professor abordou o termo em aula, porém, não lembro o seu significado.
III – Nunca ouvi falar do termo técnico indicado.

Fonte: Elaborada pela autora.

[3] Para facilidade e compreensão dos referidos termos, elaborou-se o APÊNDICE B destacando-se os seus significados.

A referida pesquisa concentrou-se numa pesquisa amostral estratificada dos alunos matriculados no Curso de Administração, correspondente a 100 (cem) discentes, ou seja, 25% desses alunos, e quantidades por semestre definida de forma aleatória, apurada percentualmente conforme Tabela 1, item B.

Tabela 1 – Quantidade de alunos matriculados e da amostra definida.

Semestre	A – Alunos matriculados		B – Amostra definida		
	I	II	III	IV	V
	Quant.	Percentual	Quant.	Percentual	% de III ÷ I
1º. Semestre	94	24%	10	10%	11%
3º. Semestre	90	23%	20	20%	22%
5º. Semestre	101	25%	30	30%	30%
7º. Semestre	109	28%	40	40%	37%
Totais	**394**	**100%**	**100**	**100%**	**25%**[4]

Fonte: Coordenação do Curso de Administração
Adaptada pela autora.

4.2 RESULTADOS OBTIDOS: ANÁLISES E INTERPRETAÇÕES

Esta subseção desdobra-se em dois itens importantes, ou seja, análise dos resultados obtidos na pesquisa de cada semestre dos alunos matriculados e avaliação final com ênfase nos destaques dos resultados apurados.

4.2.1 Análise dos resultados obtidos na pesquisa

Esta subseção objetiva avaliar o comportamento dos resultados (respostas obtidas) por semestre, dos 40 (quarenta) termos técnicos pesquisados, bem como identificar os três termos mais indicados dos itens I, II e III destacado na Figura 1,

A aplicação do questionário de perguntas fechadas foi realizada na segunda quinzena do mês de maio cujos resultados apurados após rigorosa tabulação encontram-se informados adiante nas Tabelas 2 a 21, com seus respectivos destaques por itens e suas análises.

[4] Quantidade média (amostra) representativa do universo estatístico (alunos matriculados).

Tabela 2 – Respostas obtidas da pesquisa: alunos do 1º. Semestre/2014.

N°	Termo técnico em inglês	Itens					
		I	II	III	NR	AN	TL
1	*ACTIVITY-BASED COSTING*	0	0	10	0	0	**10**
2	*BALANCED SCORECARD* (BSC)	2	1	7	0	0	**10**
3	*BENCHMARKING*	1	1	8	0	0	**10**
4	*BLOCKBUSTERS*	2	0	8	0	0	**10**
5	*CALLCENTER*	7	1	2	0	0	**10**
6	*COACHING*	3	1	6	0	0	**10**
7	*CONTROLLER*	3	2	5	0	0	**10**
8	*CUT-OFF*	1	1	7	1	0	**10**
9	*DEMARKETING*	1	0	9	0	0	**10**
10	*DOWNSIZING*	1	1	8	0	0	**10**
11	*DUMPING*	1	1	7	0	0	**10**
12	*ENDOMARKETING*	0	2	8	0	0	**10**
13	*EMPOWERMENT*	0	1	9	0	0	**10**
14	*ENTERPRISE RESOURCES PLANNING* (ERP)	1	0	9	0	0	**10**
15	*E-SERVICE*	3	2	5	0	0	**10**
16	*FIRST-EXPIRE, FIRST-OUT* (FEFO)	6	2	2	0	0	**10**
17	*FIRST IN, FIRST OUT* (FIFO)	6	2	2	0	0	**10**
18	*FULL COSTING*	0	2	8	0	0	**10**
19	*GOODWILL*	1	0	8	1	0	**10**
20	*HARDWARE*	4	3	3	0	0	**10**
21	*HOUSEKEEPING*	1	0	8	1	0	**10**
22	*JOINT VENTURE*	2	0	8	0	0	**10**
23	*JUST-IN-TIME*	5	0	5	0	0	**10**
24	*LAST IN, FIRST OUT* (LIFO)	6	1	3	0	0	**10**
25	*LAYOUT*	6	2	2	0	0	**10**
26	*MARKETING*	8	1	1	0	0	**10**
27	*MARK-UP*	1	4	5	0	0	**10**
28	*MATERIALS REQUERIMENT PLANNING (MRP)*	2	2	6	0	0	**10**
29	*MERCHANDISING*	4	0	6	0	0	**10**
30	*NETWORKING*	4	1	5	0	0	**10**
31	*OUTSOURCING*	0	1	9	0	0	**10**
32	*OVERHEAD*	2	3	5	0	0	**10**
33	*PAYBACK*	2	0	7	0	1	**10**
34	*SAFETY STOCK*	1	2	7	0	0	**10**
35	*SUPPLY CHAIN*	0	0	10	0	0	**10**
36	*SOFTWARE*	7	0	3	0	0	**10**
37	*STAKEHOLDERS*	2	1	7	0	0	**10**
38	*SWOT*	6	0	4	0	0	**10**
39	*TURNOVER*	1	1	8	0	0	**10**
40	*WORKING COMPUTING*	2	3	5	0	0	**10**
	TOTAIS	**106**	**45**	**245**	**3**	**1**	**400**
	TOTAIS (%)	**27%**	**11%**	**62%**	**-**	**-**	**100%**

Legendas de:

I – Abreviaturas[5]		II – Cores[6]	
NR	Não responderam		Termo(s) técnico(s): 1º. mais escolhido
NA	Anulada por conter mais de uma resposta		Termo(s) técnico(s): 2º. mais escolhido
TL	Total		Termo(s) técnico(s): 3º. mais escolhido

Fonte: Elaborada pela autora.

[5] Tratamento válido igualmente para as Tabelas 2, 6, 10, 14 e 18.
[6] Tratamento válido igualmente para as Tabelas 2 a 21.

Analisando a Tabela 2, dos 40 termos técnicos definidos, 10 alunos selecionados aleatoriamente do 1º. Semestre, isto é, alunos recém ingressos no Curso de Administração, informaram em 245 indicações ou 62% das 400 possíveis, que **"nunca ouviram falar do termo técnico indicado"**, enquanto que 45 indicações ou 11% do total informaram que o **"professor abordou o termo em aula, porém, não lembra o seu significado"**; e por último com 106 afirmações ou 27% do total, responderam que **"conhece o significado do termo técnico indicado"**, dos quais, tanto pode ser originário de aprendizagem em aula como em conhecimentos extraclasse.

Tabela 3 – Três nomenclaturas mais indicadas do item I – 1º. Semestre.

N°	Termo técnico em inglês		Quant.	%
26	*MARKETING*		8	38%
5	*CALLENTER*		7	33%
36	*SOFTWARE*			
16	*FIRST-EXPIRE, FIRST-OUT* (FEFO)		6	29%
17	*FIRST IN, FIRST OUT* (FIFO)			
24	*LAST IN, FIRST OUT* (LIFO)			
25	*LAYOUT*			
38	*SWOT*			
	TOTAIS		**21**	**100%**

Fonte: Elaborada pela autora.

A Tabela 3, trata das 3 nomenclaturas mais indicadas pelos alunos do 1º. Semestre, relacionada ao item I, ou seja, **"conheço o significado do termo técnico indicado"**. As respostas dessa tabela indicam que o termo "*MARKETING*" foi 8 vezes a mais indicada, correspondente a 38%, seguida de "*CALLCENTER*" e "*SOFTWARE*" com 7 indicações ou 33%, foi a segunda mais indicada e por último os termos "*FIRST-EXPIRE, FIRST-OUT* (FEFO)", "*FIRST IN, FIRST OUT* (FIFO)", "*LAYOUT*" e "*SWOT*" foram a terceira mais indicada em 6 oportunidades, correspondente a 29%.

Tabela 4 – Três nomenclaturas mais indicadas do item II – 1º. Semestre.

N°	Termo técnico em inglês	Quant.	%
27	*MARK-UP*	4	45%
20	*HARDWARE*	3	
32	*OVERHEAD*	3	33%
7	*CONTROLLER*	2	
12	*ENDOMARKETING*	2	
15	*E-SERVICE*	2	
16	*FIRST-EXPIRE, FIRST-OUT* (FEFO)	2	
17	*FIRST IN, FIRST OUT* (FIFO)	2	
18	*FULL COSTING*	2	22%
25	*LAYOUT*	2	
28	*MATERIALS REQUERIMENT PLANNING (MRP)*	2	
34	*SAFETY STOCK*	2	
	TOTAIS	28	100%

Fonte: Elaborada pela autora.

Relativamente às 3 nomenclaturas mais indicadas do item II, caracterizadas na Tabela 4, que diz respeito que **"o professor abordou o termo em aula, porém, o aluno não lembra o significado"**, o termo "*MARK-UP*" foi a primeira mais indicada em 4 vezes ou 45%; os termos "*HARDWARE*" e "*OVERHEAD*", por três indicações corresponderam a segunda mais indicada com 33% e finalmente com duas indicações, representaram o terceiro técnico mais indicado, por duas vezes cada, ou 22%, os seguintes termos: "*CONTROLLER*", "*ENDOMARKETING*", "*E-SERVICE*", "*FIRST-EXPIRE, FIRS-OUT*" (FEFO), "*FIRST IN, FIRST OUT*" (FIFO), "*FULL COSTING*", "*LAYOUT*", "*MATERIALS REQUERIMENT PLANNING*" (MRP) e "*SAFETY STOCK*".

Tabela 5 – Três nomenclaturas mais indicadas do item III – 1º. Semestre.

N°	Termo técnico em inglês	Quant.	%
1	*ACTIVITY-BASED COSTING*	10	16%
35	*SUPPLY CHAIN*	10	
9	*DEMARKETING*	9	28%
13	*EMPOWERMENT*	9	
14	*ENTERPRISE RESOURCES PLANNING* (ERP)	9	
31	*OUTSOURCING*	9	
3	*BENCHMARKING*	8	
4	*BLOCKBUSTERS*	8	
10	*DOWNSIZING*	8	
12	*ENDOMARKETING*	8	
18	*FULL COSTING*	8	
19	*GOODWILL*	8	56%
21	*HOUSEKEEPING*	8	
22	*JOINT VENTURE*	8	
39	*TURNOVER*	8	
	TOTAIS	128	100%

Fonte: Elaborada pela autora.

No tocante ao item III, abordada na Tabela 5, ou seja, **“nunca ouvi falar do termo técnico indicado”**, as três mais indicadas foram: em primeiro com 10 indicações, correspondente a 16%, os termos “*ACTIVITY-BASED COSTING*” e “*SUPPLY CHAIN”,* em segundo com 9 indicações ou 33% os termos “*DEMARKETING*”, “*EMPOWERMENT”, “ENTERPRISE RESOURCES PLANNING” (ERP*) e “*OUTSOURCING”.* Por último com oito indicações cada, correspondente a 56%, 9 termos técnicos, ou seja, “*BENCHMARKING*”*,* “*BLOCKBUSTERS*”*,* “*DOWNSIZING*”*,* “*ENDOMARKETING*”*,* “*FULL COSTING*”*,* “*GOODWILL*”*,* “*HOUSEKEEPING*”*,* “*JOINT VENTURE*” *e* “*TURNOVER*”*.*

Tabela 6 – Respostas obtidas da pesquisa: alunos do 3º. Semestre de 2014.

Nº	Termo técnico em inglês	Itens					
		I	II	III	NR	AN	TL
1	*ACTIVITY-BASED COSTING*	1	0	19	0	0	**20**
2	*BALANCED SCORECARD* (BSC)	0	4	16	0	0	**20**
3	*BENCHMARKING*	5	2	13	0	0	**20**
4	*BLOCKBUSTERS*	5	2	13	0	0	**20**
5	*CALLCENTER*	15	3	2	0	0	**20**
6	*COACHING*	11	1	8	0	0	**20**
7	*CONTROLLER*	5	9	6	0	0	**20**
8	*CUT-OFF*	1	3	16	0	0	**20**
9	*DEMARKETING*	0	3	17	0	0	**20**
10	*DOWNSIZING*	0	0	20	0	0	**20**
11	*DUMPING*	1	2	17	0	0	**20**
12	*ENDOMARKETING*	10	5	4	1	0	**20**
13	*EMPOWERMENT*	9	4	7	0	0	**20**
14	*ENTERPRISE RESOURCES PLANNING* (ERP)	4	1	15	0	0	**20**
15	*E-SERVICE*	4	4	12	0	0	**20**
16	*FIRST-EXPIRE, FIRST-OUT* (FEFO)	5	2	13	0	0	**20**
17	*FIRST IN, FIRST OUT* (FIFO)	4	2	14	0	0	**20**
18	*FULL COSTING*	0	0	20	0	0	**20**
19	*GOODWILL*	4	3	13	0	0	**20**
20	*HARDWARE*	11	3	6	0	0	**20**
21	*HOUSEKEEPING*	3	1	16	0	0	**20**
22	*JOINT VENTURE*	9	1	8	2	0	**20**
23	*JUST-IN-TIME*	9	1	10	0	0	**20**
24	*LAST IN, FIRST OUT* (LIFO)	8	2	10	0	0	**20**
25	*LAYOUT*	17	2	1	0	0	**20**
26	*MARKETING*	16	2	2	0	0	**20**
27	*MARK-UP*	8	4	8	0	0	**20**
28	*MATERIALS REQUERIMENT PLANNING (MRP)*	3	3	12	2	0	**20**
29	*MERCHANDISING*	15	2	3	0	0	**20**
30	*NETWORKING*	17	1	2	0	0	**20**
31	*OUTSOURCING*	3	6	11	0	0	**20**
32	*OVERHEAD*	4	3	13	0	0	**20**
33	*PAYBACK*	16	2	2	0	0	**20**
34	*SAFETY STOCK*	4	1	15	0	0	**20**
35	*SUPPLY CHAIN*	3	2	15	0	0	**20**
36	*SOFTWARE*	15	2	3	0	0	**20**
37	*STAKEHOLDERS*	10	6	4	0	0	**20**
38	*SWOT*	10	3	7	0	0	**20**
39	*TURNOVER*	2	4	14	0	0	**20**
40	*WORKING COMPUTING*	6	1	13	0	0	**20**
	TOTAIS	**273**	**102**	**420**	**5**	**0**	**800**
	TOTAIS (%)	**34%**	**13%**	**53%**	**-**	**-**	**100%**

Fonte: Elaborada pela autora.

Efetuando análise da Tabela 6, dos 40 termos técnicos analisados, os alunos do 3º. Semestre, isto é, dos 20 alunos considerados “veteranos” do Curso de Administração, informaram em 420 indicações ou 53% das 800 possíveis, **“nunca ouviram falar do termo técnico indicado”**, ao passo que 102 indicações ou 13%

do total informaram que o **“professor abordou o termo em aula, porém, não lembra o seu significado”**; e por último com 273 indicações ou 34% do total, responderam que **“conhece o significado do termo técnico indicado”**, termos esses conhecidos aprendizagem em aula como em conhecimentos extraclasse como no caso em atividades profissionais, pois muitos desses alunos certamente já estão atuando em alguns cargos nas empresas.

Tabela 7 – Três nomenclaturas mais indicadas do item I – 3º. Semestre.

Nº	Termo técnico em inglês		Quant.	%
25	*LAYOUT*		17	31%
30	*NETWORKING*		17	
26	*MARKETING*		16	29%
33	*PAYBACK*		16	
5	*CALLCENTER*		15	40%
29	*MERCHANDISING*		15	
36	*SOFTWARE*		15	
	TOTAIS		**111**	**100%**

Fonte: Elaborada pela autora.

Já a Tabela 7, trata das 3 nomenclaturas mais indicadas pelos alunos do 3º. Semestre, relacionada ao item I, ou seja, **“conheço o significado do termo técnico indicado”**. As respostas dessa tabela indicam que o termo “*LAYOUT*” e “*NETWORKING*” foram 17 vezes as mais indicadas, correspondentes a 31%, seguida de “*MARKETING*” e “*PAYBACK*” com 16 indicações ou 29%, como a segunda mais indicada e por último os termos “*CALLCENTER*”, “*MERCHANDISING*” e “*SOFTWARE*” foram a terceira mais indicada e 15 oportunidades, correspondente a 40%.

Tabela 8 – Três nomenclaturas mais indicadas do item II – 3º. Semestre.

Nº	Termo técnico em inglês		Quant.	%
7	*CONTROLLER*		9	35%
31	*OUTSOURCING*		6	46%
37	*STAKEHOLDERS*		6	
12	*ENDOMARKETING*		5	19%
	TOTAIS		26	100%

Fonte: Elaborada pela autora.

Relativamente às 3 nomenclaturas mais indicadas do item II, posicionadas na Tabela 8, que diz respeito que **“o professor abordou o termo em aula, porém, o aluno não lembra o significado”**, o termo “*CONTROLLER*” foi a primeira mais indicada em 9 vezes ou 35%; os termos “*OUTSOURCING*” e “*STAKEHOLDERS*”, por 6

indicações corresponderam a segunda mais indicada com 46% e finalmente com cinco indicações,o termo "*ENDOMARKETING"* representou o terceiro mais indicado com 19%.

Tabela 9 – Três nomenclaturas mais indicadas do item III – 3º. Semestre.

Nº	**Termo técnico em inglês**		**Quant.**	**%**
10	*DOWNSIZING*		20	43%
18	*FULL COSTING*		20	
1	*ACTIVITY-BASED COSTING*		19	20%
9	*DEMARKETING*		17	37%
11	*DUMPING*		17	
		TOTAIS	93	100%

Fonte: Elaborada pela autora.

No tocante ao item III, abordada na Tabela 9, ou seja, **"nunca ouvi falar do termo técnico indicado"**, as duas mais indicadas com 20 indicações, correspondente a 43%, foram "*DOWNSIZING*" e "*FULL COSTING",* em segundo com 19 indicações ou 20% o termo "*ACTIVITY-BASED COSTING".* Por último com 17 indicações cada, correspondente a 37%, 2 termos técnicos, ou seja, "*DEMARKETING*" e "*DUMPING*".

Tabela 10 – Respostas obtidas da pesquisa: alunos do 5º. Semestre de 2014.

Nº	Termo técnico em inglês	Itens					
		I	II	III	NR	AN	TL
1	*ACTIVITY-BASED COSTING*	12	4	14	0	0	**30**
2	*BALANCED SCORECARD* (BSC)	5	7	18	0	0	**30**
3	*BENCHMARKING*	16	7	7	0	0	**30**
4	*BLOCKBUSTERS*	13	8	8	0	1	**30**
5	*CALLCENTER*	27	2	1	0	0	**30**
6	*COACHING*	26	3	1	0	0	**30**
7	*CONTROLLER*	12	14	3	0	1	**30**
8	*CUT-OFF*	8	8	14	0	0	**30**
9	*DEMARKETING*	7	9	14	0	0	**30**
10	*DOWNSIZING*	12	8	10	0	0	**30**
11	*DUMPING*	8	12	10	0	0	**30**
12	*ENDOMARKETING*	21	3	6	0	0	**30**
13	*EMPOWERMENT*	21	5	3	1	0	**30**
14	*ENTERPRISE RESOURCES PLANNING* (ERP)	21	6	3	0	0	**30**
15	*E-SERVICE*	17	8	4	1	0	**30**
16	*FIRST-EXPIRE, FIRST-OUT* (FEFO)	22	6	2	0	0	**30**
17	*FIRST IN, FIRST OUT* (FIFO)	24	3	3	0	0	**30**
18	*FULL COSTING*	6	11	13	0	0	**30**
19	*GOODWILL*	4	8	18	0	0	**30**
20	*HARDWARE*	21	5	4	0	0	**30**
21	*HOUSEKEEPING*	18	7	5	0	0	**30**
22	*JOINT VENTURE*	18	5	6	1	0	**30**
23	*JUST-IN-TIME*	29	1	0	0	0	**30**
24	*LAST IN, FIRST OUT* (LIFO)	24	5	1	0	0	**30**
25	*LAYOUT*	28	2	0	0	0	**30**
26	*MARKETING*	28	2	0	0	0	**30**
27	*MARK-UP*	14	12	4	0	0	**30**
28	*MATERIALS REQUERIMENT PLANNING (MRP)*	18	10	2	0	0	**30**
29	*MERCHANDISING*	26	4	0	0	0	**30**
30	*NETWORKING*	26	1	1	0	2	**30**
31	*OUTSOURCING*	7	12	11	0	0	**30**
32	*OVERHEAD*	4	10	16	0	0	**30**
33	*PAYBACK*	26	1	2	0	1	**30**
34	*SAFETY STOCK*	8	7	14	1	0	**30**
35	*SUPPLY CHAIN*	8	10	12	0	0	**30**
36	*SOFTWARE*	26	2	2	0	0	**30**
37	*STAKEHOLDERS*	24	5	1	0	0	**30**
38	*SWOT*	24	5	1	0	0	**30**
39	*TURNOVER*	19	5	6	0	0	**30**
40	*WORKING COMPUTING*	11	10	9	0	0	**30**
	TOTAIS	**689**	**253**	**249**	**4**	**5**	**1.200**
	TOTAIS %	**58%**	**21%**	**21%**	**-**	**-**	**100%**

Fonte: Elaborada pela autora.

Efetuando análise da Tabela 10, dos 40 termos técnicos analisados, os alunos do 5º. Semestre, isto é, dos 30 alunos do Curso de Administração, alunos esses atuantes no referido curso, informaram em 689 indicações ou 58% das 1.200 possíveis, que **"conhecem o significado do termo técnico indicado"**, enquanto

que 21% ou 253 indicações informaram que **“o professor abordou o termo em aula, porém, não lembram do seu significado”** e por último também 21%, correspondente a 249 indicações, disseram que **“nunca ouviram falar do termo técnico indicado”**.

Tabela11 – Três nomenclaturas mais indicadas do item I – 5º. Semestre.

N°	Termo técnico em inglês		Quant.	%
23	*JUST-IN-TIME*		29	26%
25	*LAYOUT*		28	50%
26	*MARKETING*		28	
5	*CALLCENTER*		27	24%
	TOTAIS		112	100%

Fonte: Elaborada pela autora.

Já a Tabela 11, trata das 3 nomenclaturas mais indicadas pelos alunos do 5º. Semestre, relacionada ao item I, **“conheço o significado do termo técnico indicado”**. As respostas dessa tabela indicam que o termo “*JUST-IN-TIME*” foi 29 vezes a mais indicada, correspondente a 26%, seguida de “*LAYOUT*” e “*MARKETING*” com 28 indicações ou 50%, foram a segunda mais indicadas e por último o termo “*CALLCENTER*” foi o terceiro mais indicado e 27 oportunidades, correspondente a 24%.

Tabela 12 – Três nomenclaturas mais indicadas do item II – 5º. Semestre.

N°	Termo técnico em inglês		Quant.	%
7	*CONTROLLER*		14	43%
11	*DUMPING*		14	
27	*MARK-UP*		12	39%
31	*OUTSOURCING*		12	
18	*FULL COSTING*		11	18%
	TOTAIS		61	100%

Fonte: Elaborada pela autora.

Quanto às 3 nomenclaturas mais indicadas do item II, posicionadas na Tabela 12, que diz respeito que **“o professor abordou o termo em aula, porém, o aluno não lembra o significado”**, os termos “*CONTROLLER*” e “*DUMPING* “ foram os primeiros mais indicados em 14 vezes ou 43%; os termos “*MARK-UP* “ e “*OUTSOURCING*”, por 12 indicações corresponderam a segunda mais indicada com 39% e finalmente com 11 indicações,o termo “*FULL COSTING”* representou o terceiro mais indicado com 18%.

Tabela 13 – Três nomenclaturas mais indicadas do item III – 5º. Semestre.

N°	Termo técnico em inglês		Quant.	%
2	*BALANCED SCORECARD* (BSC)		18	33%
19	*GOODWILL*		18	
32	*OVERHEAD*		16	15%
1	*ACTIVITY-BASED COSTING*		14	52%
8	*CUT-OFF*		14	
9	*DEMARKETING*		14	
34	*SAFETY STOCK*		14	
		TOTAIS	108	100%

Fonte: Elaborada pela autora.

Com respeito ao item III, observada na Tabela 13, ou seja, **“nunca ouvi falar do termo técnico indicado”**, as duas primeiras com 18 indicações, correspondente a 33%, foram “*BALANCED SCORECARD* (BSC)” e “*GOODWILL”;* em segundo com 16 indicações ou 15% o termo “*OVERHEAD”.* Por último com 14 indicações cada, correspondente a 52%, 4 termos técnicos, ou seja, “*ACTIVITY-BASED COSTING*”, “*CUT-OFF*”*,* “*DEMARKETING*” e “*SAFETY STOCK*”.

Tabela 14 – Respostas obtidas da pesquisa: alunos do 7º. Semestre de 2014.

Nº	Termo técnico em inglês	Itens					
		I	II	III	NR	AN	TL
1	*ACTIVITY-BASED COSTING*	4	7	29	0	0	**40**
2	*BALANCED SCORECARD* (BSC)	9	4	27	0	0	**40**
3	*BENCHMARKING*	18	14	6	1	1	**40**
4	*BLOCKBUSTERS*	14	12	13	0	1	**40**
5	*CALLCENTER*	33	4	3	0	0	**40**
6	*COACHING*	30	7	3	0	0	**40**
7	*CONTROLLER*	21	8	10	0	1	**40**
8	*CUT-OFF*	7	12	21	0	0	**40**
9	*DEMARKETING*	5	12	23	0	0	**40**
10	*DOWNSIZING*	5	9	25	0	1	**40**
11	*DUMPING*	9	7	24	0	0	**40**
12	*ENDOMARKETING*	19	12	9	0	0	**40**
13	*EMPOWERMENT*	13	13	13	0	1	**40**
14	*ENTERPRISE RESOURCES PLANNING* (ERP)	20	13	6	1	0	**40**
15	*E-SERVICE*	23	7	9	0	1	**40**
16	*FIRST-EXPIRE, FIRST-OUT* (FEFO)	19	13	7	1	0	**40**
17	*FIRST IN, FIRST OUT* (FIFO)	22	10	6	1	1	**40**
18	*FULL COSTING*	10	6	24	0	0	**40**
19	*GOODWILL*	7	6	27	0	0	**40**
20	*HARDWARE*	31	4	5	0	0	**40**
21	*HOUSEKEEPING*	20	8	11	1	0	**40**
22	*JOINT VENTURE*	32	4	4	0	0	**40**
23	*JUST-IN-TIME*	33	4	3	0	0	**40**
24	*LAST IN, FIRST OUT* (LIFO)	27	8	5	0	0	**40**
25	*LAYOUT*	37	1	2	0	0	**40**
26	*MARKETING*	37	1	2	0	0	**40**
27	*MARK-UP*	23	8	8	1	0	**40**
28	*MATERIALS REQUERIMENT PLANNING (MRP)*	26	10	4	0	0	**40**
29	*MERCHANDISING*	34	5	1	0	0	**40**
30	*NETWORKING*	35	3	2	0	0	**40**
31	*OUTSOURCING*	10	17	13	0	0	**40**
32	*OVERHEAD*	8	14	15	1	2	**40**
33	*PAYBACK*	26	13	1	0	0	**40**
34	*SAFETY STOCK*	13	5	22	0	0	**40**
35	*SUPPLY CHAIN*	15	13	12	0	0	**40**
36	*SOFTWARE*	36	2	2	0	0	**40**
37	*STAKEHOLDERS*	33	6	1	0	0	**40**
38	*SWOT*	34	2	4	0	0	**40**
39	*TURNOVER*	16	14	10	0	0	**40**
40	*WORKING COMPUTING*	15	11	14	0	0	**40**
	TOTAIS	**829**	**329**	**426**	**7**	**9**	**1.600**
	TOTAIS %	**52%**	**21%**	**27%**	**-**	**-**	**100%**

Fonte: Elaborada pela autora.

Elaborando análise da Tabela 14, dos 40 termos técnicos analisados, os alunos do 7º. Semestre, alunos esses prestes a obterem formação do curso, dos 40 alunos pesquisados, informaram em 829 indicações ou 52% das 1.600 possíveis do

item I, que **“conhecem o significado do termo técnico indicado”,** enquanto no item II, 21%, ou seja, 329 indicações informaram que **“o professor abordou o termo em aula**, porém, não lembram do seu significado” e relativo ao item III, 27%, correspondente a 426 indicações, disseram que **“nunca ouviram falar do termo técnico indicado”**.

Tabela 15 – Três nomenclaturas mais indicadas do item I – 7º. Semestre.

N°	Termo técnico em inglês		Quant.	%
25	*LAYOUT*		37	51%
26	*MARKETING*		37	
36	*SOFTWARE*		36	25%
30	*NETWORKING*		35	24%
	TOTAIS		145	100%

Fonte: Elaborada pela autora.

Analisando a Tabela 15, que trata das 3 nomenclaturas mais indicadas pelos alunos do 7º. Semestre, relacionada ao item I, ou seja, **“conheço o significado do termo técnico indicado”**. As respostas dessa tabela indicam que os termos “*LAYOUT*” e “*MARKETING*” foram 37 vezes as mais indicadas, correspondentes a 51%, seguida de “*SOFTWARE*” com 36 indicações ou 25%, a segunda mais indicada e por último o termo “*NETWORKING*” foi o terceiro mais indicado e 35 oportunidades, correspondente a 24%.

Tabela 16 – Três nomenclaturas mais indicadas do item II – 7º. Semestre.

N°	Termo técnico em inglês		Quant.	%
31	*OUTSOURCING*		17	15%
3	*BENCHMARKING*		14	38%
32	*OVERHEAD*		14	
39	*TURNOVER*		14	
13	*EMPOWERMENT*		13	47%
14	*ENTERPRISE RESOURCES PLANNING* (ERP)		13	
16	*FIRST-EXPIRE, FIRST-OUT* (FEFO)		13	
35	*SUPPLY CHAIN*		13	
	TOTAIS		111	100%

Fonte: Elaborada pela autora.

Com relação às 3 nomenclaturas mais indicadas do item II, posicionadas na Tabela 16, que diz respeito que **“o professor abordou o termo em aula, porém, o aluno não lembra o significado”**, o termo “*OUTSOURCING*” foi o primeiro mais indicado em 17 vezes ou 15%; os termos “*BENCHMARKING”*, “*OVERHEAD*” e “*TURNOVER”*, por 14 indicações corresponderam a segunda mais indicadas com

38% e finalmente com 13 indicações, os termos "*EMPOWERMENT", "ENTERPRISE RESOURCES PLANNING* (ERP)", "*FIRST-EXPIRE, FIRST-OUT* (FEFO)" e "*SUPPLY CHAIN"* representaram os terceiros mais indicados com 47%.

Tabela 17 – Três nomenclaturas mais indicadas do item III – 7º. Semestre.

N°	Termo técnico em inglês		Quant.	%
1	*ACTIVITY-BASED COSTING*		29	27%
2	*BALANCED SCORECARD* (BSC)		27	50%
19	*GOODWILL*		27	
10	*DOWNSIZING*		25	23%
	TOTAIS		108	100%

Fonte: Elaborada pela autora.

Ainda com relação à Tabela 17, no tocante ao item III, ou seja, **"nunca ouvi falar do termo técnico indicado"**, a mais indicada foi: em primeiro com 29 indicações, correspondente a 27%, foi "*ACTIVITY-BASED COSTING",* em segundo com 27 indicações ou 50% os termos "*BALANCED SCORECARD* (BSC)*"* e "*GOODWILL*"*.* Por último com 25 indicações, correspondente a 25%, o termo técnico, ou seja, "*DOWNSIZING*".

Tabela 18 – Respostas obtidas da pesquisa - Somatória do 1º-7º[7]. Semestre/2014.

Nº	Termo técnico em inglês	Itens					
		I	II	III	NR	AN	TL
1	*ACTIVITY-BASED COSTING*	17	11	72	0	0	**100**
2	*BALANCED SCORECARD* (BSC)	16	16	68	0	0	**100**
3	*BENCHMARKING*	40	24	34	1	1	**100**
4	*BLOCKBUSTERS*	34	22	42	0	2	**100**
5	*CALLCENTER*	82	10	8	0	0	**100**
6	*COACHING*	70	12	18	0	0	**100**
7	*CONTROLLER*	41	33	24	0	2	**100**
8	*CUT-OFF*	17	24	58	1	0	**100**
9	*DEMARKETING*	13	24	63	0	0	**100**
10	*DOWNSIZING*	18	18	63	0	1	**100**
11	*DUMPING*	19	22	58	0	0	**100**
12	*ENDOMARKETING*	50	22	27	1	0	**100**
13	*EMPOWERMENT*	43	23	32	1	1	**100**
14	*ENTERPRISE RESOURCES PLANNING* (ERP)	46	20	33	1	0	**100**
15	*E-SERVICE*	47	21	30	1	1	**100**
16	*FIRST-EXPIRE, FIRST-OUT* (FEFO)	52	23	24	1	0	**100**
17	*FIRST IN, FIRST OUT* (FIFO)	56	17	25	1	1	**100**
18	*FULL COSTING*	16	19	65	0	0	**100**
19	*GOODWILL*	16	17	66	1	0	**100**
20	*HARDWARE*	67	15	18	0	0	**100**
21	*HOUSEKEEPING*	42	16	40	2	0	**100**
22	*JOINT VENTURE*	61	10	26	3	0	**100**
23	*JUST-IN-TIME*	76	6	18	0	0	**100**
24	*LAST IN, FIRST OUT* (LIFO)	65	16	19	0	0	**100**
25	*LAYOUT*	88	7	5	0	0	**100**
26	*MARKETING*	89	6	5	0	0	**100**
27	*MARK-UP*	46	28	25	1	0	**100**
28	*MATERIALS REQUERIMENT PLANNING (MRP)*	49	25	24	2	0	**100**
29	*MERCHANDISING*	79	11	10	0	0	**100**
30	*NETWORKING*	82	6	10	0	2	**100**
31	*OUTSOURCING*	20	36	44	0	0	**100**
32	*OVERHEAD*	18	30	49	1	2	**100**
33	*PAYBACK*	70	16	12	0	2	**100**
34	*SAFETY STOCK*	26	15	58	1	0	**100**
35	*SUPPLY CHAIN*	26	25	49	0	0	**100**
36	*SOFTWARE*	84	6	10	0	0	**100**
37	*STAKEHOLDERS*	69	18	13	0	0	**100**
38	*SWOT*	74	10	16	0	0	**100**
39	*TURNOVER*	38	24	38	0	0	**100**
40	*WORKING COMPUTING*	34	25	41	0	0	**100**
	TOTAIS	**1.897**	**729**	**1.340**	**19**	**15**	**4.000**
	TOTAIS %	**48%**	**18%**	**34%**	**-**	**-**	**100%**

Fonte: Elaborada pela autora.

A Tabela 18 mostra de uma forma condensada os resultados apurados nas Tabelas 2, 6, 10 e 14. Muito embora a análise feita em cada uma daquelas tabelas revelam o grau de conhecimento dos termos técnicos proposto neste trabalho, esta opção traz de uma forma genérica os resultados apurados como um desempenho

[7] Respostas dos alunos do 1º., 3º., 5º. e 7º. Semestre.

médio de todos os alunos pesquisados. Assim sendo, a referida tabela, mostra que com relação ao item **“conheço o significado do termo técnico indicado”**, a média obtida e respostas concentrou-se em 1.897 indicações, correspondente a 48%; com relação ao item **“o professor abordou o termo em aula, porém, o aluno não lembra o significado”**, a média de respostas obtida foi de 729 indicações com 18% e finalmente quanto ao item III, **“nunca ouvi falar do termo técnico indicado”** a média apurada, correspondeu a 34% ou 1.340 indicações

Tabela 19 – Três nomenclaturas mais indicadas do item I – 1º ao 7º. Semestre.

N°	Termo técnico em inglês	Quant.	%
26	*MARKETING*	89	34%
25	*LAYOUT*	88	34%
36	*SOFTWARE*	84	32%
	TOTAIS	261	100%

Fonte: Elaborada pela autora.

Na Tabela 19, os resultados obtidos da média das três nomenclaturas mais indicadas relacionadas ao item I **“conheço o significado do termo técnico indicado”** o termo técnico em inglês mais indicado foi “*MARKETING*”, correspondente a 89 indicações com 34%, acompanhado do segundo mais indicado o termo “*LAYOUT*” com 88 indicações com 34% e finalmente o terceiro mais indicado foi o termo “*SOFTWARE*” com 84 indicações correspondente a 32%.

Tabela 20 – Três nomenclaturas mais indicadas do item II – 1º ao 7º. Semestre.

N°	Termo técnico em inglês	Quant.	%
31	*OUTSOURCING*	36	37%
7	*CONTROLLER*	33	33%
32	*OVERHEAD*	30	30%
	TOTAIS	99	100%

Fonte: Elaborada pela autora.

A Tabela 19, mostra os resultados obtidos da média das três nomenclaturas mais indicadas com respeito ao item II **“o professor abordou o termo em aula, porém, o aluno não lembra o significado”**, onde se observa que o termo mais indicado foi “*OUTSOURCING*” com 36 respostas ou 37%, a segunda mais indicada foi o termo “*CONTROLLER*” com 33 indicações ou 33% e por último o termo “*OVERHEAD*” com 30 indicações de respostas, correspondendo a 30%.

Tabela 21 – Três nomenclaturas mais indicadas do item III – 1º ao 7º. Semestre.

Nº	Termo técnico em inglês		Quant.	%
1	*ACTIVITY-BASED COSTING*		72	35%
2	*BALANCED SCORECARD* (BSC)		68	33%
19	*GOODWILL*		66	32%
		TOTAIS	206	100%

Fonte: Elaborada pela autora.

Por último, a Tabela 21, trata da média obtida das respostas relacionada ao item III **"nunca ouvi falar do termo técnico indicado"** na qual o termo "*ACTIVITY-BASED COSTING*" foi o termo mais indicado com 72 respostas ou 35%, e com 68 indicações ou 33% o termo "*BALANCED SCORECARD* (BSC" classificou-se como segundo mais indicado e como terceiro mais indicado da referida tabela, o termo "*GOODWILL*" com 66 indicações ou 32% das respostas.

4.2.2 Avaliação final dos resultados obtidos

Essa subseção objetiva apresentar um índice ou grau de conhecimento por Semestre dos 3 itens da pesquisa (itens I, II e III) apurados nas Tabelas 2 (1º. Semestre), 6 (3º. Semestre), 10 (5º. Semestre) e 14 (7º. Semestre). Para tanto é necessário atribuir pontuação aleatória para cada item, conforme descreve a Tabela 22, elaborada a partir da Figura 1.

Tabela 22 – Atribuição de pontos por "item" das indicações de termos técnicos.

Itens	Descrição	Peso
I	Conheço o significado do termo técnico indicado.	**3**
II	O professor abordou o termo em aula, porém, não lembro o seu significado.	**2**
III	Nunca ouvi falar do termo técnico indicado.	**1**

Fonte: Elaborada pela autora.

Na Tabela 22 foi atribuída de forma aleatória pontuação iniciando-se pelo **item I** com peso 3, tendo em vista seu fundamento é o mais significativo de todos. Para o item II o peso atribuído foi 2, em função de seu fundamento ser menos significativo que o item I, e finalmente o item III recebeu peso 1, pois dentre os 3 itens muito embora seja um dado necessário para a pesquisa seu fundamento é não significativo.

Assim sendo a Tabela 23, apresenta os seguintes dados:

Tabela 23 – Apuração do índice por Semestre.

Itens	1º. Semestre Tabela 2		3º. Semestre Tabela 6		5º. Semestre Tabela 10		7º. Semestre Tabela 14	
	Indic.	Pontos	Indic.	Pontos	Indic.	Pontos	Indic.	Pontos
I	106	318	273	819	689	2.067	829	2.487
II	45	90	102	204	253	506	329	658
III	245	245	420	420	249	249	426	426
TL	**396**	**653**	**795**	**1.443**	**1.191**	**2.822**	**1.584**	**3.571**
Div.		10		20		30		40
Índ.		**65,3**		**72,2**		**94,1**		**89,3**

Analisando a Tabela 23 depreende-se que a pesquisa evidencia um estudo importante com grande validade para o estudo proposto cujo resultado aponta o seguinte índice de conhecimento dos alunos por semestre relativo aos termos técnicos de inglês evidenciado pela Tabela 24 que apresenta um ranking por semestre.

Tabela 24 – *Ranking* Semestral por índice apurado dos termos técnicos.

Colocação	Semestre	Índice
1ª.	5º.	94,1
2ª.	7º.	89,3
3ª.	3º.	72,2
4ª.	1º.	65,3

Avaliando os resultados apurados, com ênfase na Tabela 24 constata-se que o 5º. Semestre demonstrou mais conhecimento com os 40 termos técnicos apresentados na pesquisa. O 7º. Semestre ficou com a segunda colocação, muito embora fosse esperado a primeira colocação, tendo em vista ter cursado mais disciplinas no curso. Muito embora o 1º. Semestre tenha sido o quarto colocado no *ranking*, sua pontuação esteve relativamente próxima do 3º. Semestre cuja colocação e grau de conhecimento relativo aos termos técnicos apresentam índices esperados.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Este capítulo aborda duas seções, ou seja, conclusões e recomendações, a seguir descritas:

O presente trabalho consistiu em apurar um índice de conhecimento discente por nível semestral dos alunos do Curso de Administração da USC, matriculados no 1º Semestre de 2014, relacionados a alguns termos técnicos em inglês, como fator relevante para o seu desempenho acadêmico e para a sua futura carreira profissional.

Foi elaborado o seguinte questionamento relacionado à caracterização da situação problema do tema em questão:

Qual o índice de conhecimento discente por nível semestral dos alunos do Curso de Administração da USC matriculados no 1º. semestre de 2014, relacionados a alguns termos técnicos em inglês, como fator relevante para seu desempenho acadêmico atual e para sua futura carreira profissional?

Para tanto, elencou-se alguns objetivos específicos para poder viabilizar o objetivo geral destacado.

A fim de atingir os objetivos propostos foi elaborada uma pesquisa bibliográfica, onde foi elencado 40 termos técnicos de inglês, distribuídos em 3 itens, com os quais através de uma pesquisa de campo foi aplicado um questionário com perguntas fechadas junto a 100 alunos dos 4 semestres, cujas respostas esperadas dos respondentes evidenciasse o grau ou índice de conhecimentos dos alunos relacionada a pesquisa em questão.

No capítulo precedente foi elaborada a análise de cada item, obtidas mediante tabulação manual, e em sequência transformadas em diversas tabelas que produziram informações relevantes do estudo em questão, as quais revelaram um bom nível de conhecimento dos termos técnicos, sobressaindo como melhor grupo pela primeira colocação os alunos do 5º Semestre, cujo grau ou índice de conhecimento.

Assim é possível concluir que com esses resultados apurados foi atingido o objetivo do trabalho proposto, contribuindo certamente para a gestão educacional do Curso de Administração da USC.

5.2 RECOMENDAÇÕES

Em função do presente estudo faz-se necessário apresentar duas recomendações, válidas tanto para coordenadores de cursos como para orientadores de trabalho de conclusão de curso:

a) incentivar os professores a utilizar com frequência o uso de termos técnicos em inglês para elevar o nível ou grau de conhecimentos dos alunos, e

b) aplicar nos semestres letivos seguintes, o formato dessa pesquisa bibliográfica e da pesquisa de campo tanto no Curso de Administração, como nos demais cursos ligados ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, objetivando comparar os resultados de cada período, bem como de séries históricas de dados, possibilitando avaliar continuamente a gestão educacional e administrativa da USC.

REFERÊNCIAS

APPOLINÁRIO, Fabio. **Metodologia da ciência**: filosofia e prática da pesquisa. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2011.

BARON, Robert A. SHANE, Scott A. **Empreendedorismo**: uma visão de processo. Tradução: All Task. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Política e formação de preços**: uma abordagem competitiva, sistêmica e integrada. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

BEUREN, Ilse Maria (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**: teoria e prática. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração**: teoria, processo e prática. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Anhanguera, 2010.

_____. **Recursos Humanos**: o capital humano das organizações. 9. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

_____. **Planejamento, recrutamento e seleção de pessoal**: como agregar talentos à empresa. 7. ed. Barueri: Manole, 2009.

CHURCHILL JÚNIOR, Gilbert A.; PETER, J. Paul. **Marketing**: criando valor para os clientes. Tradução Cecília C. Bartalotti. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

COSTA, Daniel. **Endomarketing inteligente**: a empresa pensada de dentro para fora. Porto Alegre: Dublinense 2012.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de materiais**: princípios, conceitos e gestão. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 4. ed. 2. reimpr. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

FERREIRA, José Antonio Stark. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

FRANCISCHINI, Paulino G.; AMARAL GURGEL, Floriano do. **Administração de materiais e do patrimônio**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

FRANCO JR., Carlos F. **E- business**: tecnologia de informação e negócio na Internet. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

GASNIER, Daniel Georges. **A dinâmica dos estoques**: guia prático para planejamento, gestão de materiais e logística. São Paulo: IMAM, 2002.

GITMAN, Lawrence J.; MADURO, Jeff. **Administração financeira**: uma abordagem gerencial. Tradução M. Lúcio G. Leite. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2003.

GROPPELLI, A.A,; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração financeira**. Tradução: André Olimpio Mosselman Du Chenoy Castro. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 1998.

HABERKORN, Ernesto. **Gestão empresarial com ERP**. 4. ed. São Paulo: Ti Educacional, 2008. v.1.

HOFFMAN, K. Douglas. **Princípios de marketing de serviços**: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. et al. **Contabilidade introdutória**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. Tradução: Sônia Midori Yamamoto. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON Jane P. **Sistemas de informações gerenciais**. Tradução Thelma Guimarães. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MARION, José Carlos. **Contabilidade básica**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

_____. **Contabilidade empresarial**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MAXIMINIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria geral da administração**: da revolução urbana à revolução digital. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MORAIS, Roberto Tadeu Ramos. **Planejamento estratégico**: um bem ou mal necessário? 2. ed. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 2005.

OLIVEIRA, Luís Martins de; PEREZ JR., José Hernandez. **Contabilidade de custos para não contadores**. São Paulo: Atlas, 2000.

PADOVEZI, Clóvis Luiz. **Curso básico gerencial e custos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

PARRA FILHO, Domingos; SANTOS, João Almeida. **Apresentação de trabalhos científicos**: monografias, TCC, teses e dissertações. 5. ed. São Paulo: Futura, 2000.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SILVA, Reinado O. da. **Teorias da administração**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. Tradução: Maria Teresa Corrêa de Oliveira. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SOUZA, Benedito Felipe de; PEREIRA, Anísio Candido. **Auditoria contábil**: abordagem prática e operacional. São Paulo: Atlas, 2006.

STAIR, Ralph M.; REYNOLDS, George. W. **Princípios de Sistemas de Informação**. Tradução: Alexandre Melo de Oliveira. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2002.

TOLEDO, Geraldo Luciano; OVALLE, Ivo Izidoro. **Estatística básica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO. Guia para normalização de trabalhos acadêmicos. 4. ed. Bauru: [s.n.], 2014, 98f.

VERGARA, Sylvia Constant. **Gestão de pessoas**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

VIANA, João José. **Administração de materiais**: em enfoque prático. São Paulo: Atlas, 2002.

WERNKE, Rodney. **Gestão de custos**: uma abordagem prática. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 5892**: normas para datar. Rio de Janeiro, 1989a.

_____ **NBR 6023**: informação e documentação. Rio de Janeiro, 2002a.

_____ **NBR 6032**: abreviação de títulos de periódicos e publicações seriadas. Rio de Janeiro, 1989b.

_____**NBR 10520**: informação e documentação: citação em documentos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002b.

_____**NBR 14724**: informação e documentação: trabalhos acadêmicos – apresentação. Rio de Janeiro, 2002c.

APÊNDICE A – QUESTIONARIO - PESQUISA DISCENTE

TCC (título): **ANÁLISE AMOSTRAL DISCENTE SOBRE CONHECIMENTOS DE ALGUNS TERMOS TÉCNICOS EM INGLÊS USUAIS EM ADMINISTRAÇÃO COM BASE EM COLETÂNEA DE AUTORES RENOMADOS**

Aluna: Caroline Thaís Negrato de Souza - Orientador: Prof. Dr. Benedito Felipe de Souza

Prezada (o) aluna (o): marque com "X" os três campos abaixo, os quais identificam:

I – Conheço o significado do termo técnico indicado.
II – O professor abordou o termo em aula, porém, não lembro o seu significado.
III – Nunca ouvi falar do termo técnico indicado.

Nº	Termo técnico em inglês	Itens		
		I	II	III
1	*ACTIVITY-BASED COSTING*			
2	*BALANCED SCORECARD* (BSC)			
3	*BENCHMARKING*			
4	*BLOCKBUSTERS*			
5	*CALLCENTER*			
6	*COACHING*			
7	*CONTROLLER*			
8	*CUT-OFF*			
9	*DEMARKETING*			
10	*DOWNSIZING*			
11	*DUMPING*			
12	*ENDOMARKETING*			
13	*EMPOWERMENT*			
14	*ENTERPRISE RESOURCES PLANNING* (ERP)			
15	*E-SERVICE*			
16	*FIRST-EXPIRE, FIRST-OUT* (FEFO)			
17	*FIRST IN, FIRST OUT* (FIFO)			
18	*FULL COSTING*			
19	*GOODWILL*			
20	*HARDWARE*			
21	*HOUSEKEEPING*			
22	*JOINT VENTURE*			
23	*JUST-IN-TIME*			
24	*LAST IN, FIRST OUT* (LIFO)			
25	*LAYOUT*			
26	*MARKETING*			
27	*MARK-UP*			
28	*MATERIALS REQUERIMENT PLANNING (MRP)*			
29	*MERCHANDISING*			
30	*NETWORKING*			
31	*OUTSOURCING*			
32	*OVERHEAD*			
33	*PAYBACK*			
34	*SAFETY STOCK*			
35	*SUPPLY CHAIN*			
36	*SOFTWARE*			
37	*STAKEHOLDERS*			
38	*SWOT*			
39	*TURNOVER*			
40	*WORKING COMPUTING*			

	Responda com "X" o semestre que você está matriculado (a):	1º.		3º.		5º.		7º.	

APÊNDICE B – SIGNIFICADO DOS TERMOS TÉCNICOS EM INGLÊS

Principais termos técnicos em Inglês e seus significados	
1	***ACTIVITY-BASED COSTING***: Custeio Baseado em Atividades.
2	***BALANCED SCORECARD*** **(BSC)**: É uma ferramenta de planejamento estratégico na qual a entidade tem claramente definidas as suas metas e estratégias, visando medir o desempenho empresarial através de indicadores quantificáveis e verificáveis.
3	***BENCHMARKING***: É um processo contínuo de comparação dos produtos, serviços e práticas empresarias de uma organização com as das líderes do mercado.
4	***BLOCKBUSTERS***: elevada frequência de movimentação de estoques relacionados aos itens mais vendidos.
5	***CALLCENTER****:* Central de atendimento que tem como objetivo fazer a interface entre cliente e empresa.
6	***COACHING****:* Treinamento - Processo individualizado de desenvolvimento de competências, no qual o *coach* ajuda o *coachee*.
7	***CONTROLLER***: Controlador - Profissional da Controladoria ou Contabilidade de Gestão, que tem como função coordenar o processo de gestão, nos aspectos econômico, financeiro e patrimonial.
8	***CUT-OFF***: Corte interruptivo das operações ou transações para apurar, de forma seccionada, a dinâmica de um procedimento.
9	**DEMARKETING**: É uma estratégia de marketing utilizada para reduzir a demanda de forma temporária ou permanente sem que a demanda seja destruída.
10	***DOWNSIZING***: É o enxugamento ou redução dos níveis hierárquicos de uma organização.
11	***DUMPING***: É a comercialização de produtos a preços abaixo do custo de produção.
12	***ENDOMARKETING***: Marketing interno realizado por meio de um conjunto de ações desenvolvidas para conscientizar, informar e motivar o funcionário. Técnicas de marketing utilizadas com o funcionário.
13	***EMPOWERMENT***: Empoderamento - Dar aos funcionários poder, liberdade e informações que permitem a tomada de decisões.
14	***ENTERPRISE RESOURCES PLANNING*** **(ERP)**: São sistemas de informação que integram todos os dados e processos de uma organização em um único sistema.
15	***E-SERVICE***: Analisa a disponibilidade de recursos e materiais necessários para a execução do serviço, faz a distribuição automática das tarefas para as áreas ou parceiros correspondentes.
16	***FIRST-EXPIRE, FIRST-OUT*** **(FEFO)**: Gerencia o arranjo e expedição de matérias-primas ou mercadorias de um estoque.
17	***FIRST IN, FIRST OUT*** **(FIFO)**: Primeiro que entra, primeiro que sai.

18	***FULL COSTING***: Custeio completo.
19	***GOODWILL***: É a diferença entre o valor de mercado de um bem e o seu valor financeiro ou de mercado.
20	***HARDWARE***: É a parte física do computador.
21	***HOUSEKEEPING***: Programa voltado para o aspecto físico da empresa.
22	***JOINT VENTURE***: União de duas ou mais empresas já existentes com o objetivo de iniciar ou realizar uma atividade econômica comum, por um determinado período de tempo e visando, dentre outras motivações, o lucro.
23	***JUST-IN-TIME***: Hora certa **-** sistema de administração da produção que determina que nada deve ser produzido, transportado ou comprado antes da hora certa.
24	***LAST IN, FIRST OUT* (LIFO)**: Último que entra é o primeiro que sai utilizado na logística em controle de estoque e transportes.
25	***LAYOUT****:* No âmbito empresarial, o *layout* pode ser sinônimo de "arranjo físico", ou seja, o modo como estão organizados os equipamentos, máquinas, ferramentas, produtos finalizados e mão de obra dentro da empresa.
26	***MARKETING***: É o conjunto de técnicas e métodos destinados ao desenvolvimento das vendas, mediante quatro possibilidades: preço, distribuição, comunicação e produto.
27	***MARK-UP****:* **É** um índice aplicado sobre o custo de um produto ou serviço para a formação do preço de venda.
28	***MATERIALS REQUERIMENT PLANNING* (MRP)**: O MRP, ou planejamento de necessidades de materiais é um sistema lógico de calculo que converte a previsão de demanda em programação da necessidade de seus componentes.
29	***MERCHANDISING***: É um instrumento utilizado em Marketing para permitir que produtos ou serviços tenham melhor resultado de vendas devido a ferramentas utilizadas nos pontos onde são vendidos.
30	***NETWORKING***: Rede de relacionamentos na qual as pessoas buscam outras para fazer negócios e arrumar novas oportunidades de trabalho.
31	***OUTSOURCING***: Terceirização estratégica de áreas-chave para o "*core business*", muitas das quais, inimagináveis há até pouco tempo: controle financeiro, força de vendas, sistemas de informação, prospecção e T.I.
32	***OVERHEAD***: Refere-se aos custos de operações de uma empresa não diretamente relacionados com fazer um produto ou serviço.
33	***PAYBACK***: É o período de tempo necessário para que as entradas de caixa do projeto se igualem ao valor a ser investido, ou seja, o tempo de recuperação do investimento realizado.
34	***SAFETY STOCK***: Estoque de segurança.
35	***SUPPLY CHAIN***: Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos é uma ferramenta que, usando a Tecnologia da Informação (TI) possibilita à empresa gerenciar a cadeia de suprimentos com maior eficácia e eficiência.

36	***SOFTWARE***: E uma sequência de instruções escritas para serem interpretadas por um computador com o objetivo de executar tarefas específicas.
37	***STAKEHOLDERS*****:** Público estratégico e descreve uma pessoa ou grupo que fez um investimento ou tem ações ou interesse em uma empresa, negócio ou indústria.
38	***SWOT***: É a sigla dos termos ingleses *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças) que consiste em uma metodologia bastante popular no âmbito empresarial.
39	***TURNOVER***: É um conceito frequentemente utilizado na área de Recursos Humanos (RH) para designar a rotatividade de pessoal em uma organização, ou seja, as entradas e saídas de funcionários em determinado período de tempo.
40	***WORKING COMPUTING***: Conjunto de *software* que auxlia o trabalho em grupo.