

EDITORIAL

Caro (a) leitor (a),

Apresentamos a primeira edição de 2017 com importante destaque para mais um resultado positivo alcançado pela RAEP por meio do empenho de seu corpo Editorial, avaliadores *ad-hoc* e o apoio da Diretoria da ANGRAD. Além de ter sido classificada em **17º lugar** entre **97** periódicos que compõem a plataforma SPELL – indexador da **Anpad**, a RAEP obteve o **estrato B1** no **Qualis da Capes**.

Importante destacar que tais resultados foram consubstanciados historicamente com o intenso trabalho de todos(as) os(as) que ajudaram a cada momento na construção dos resultados obtidos aqui e que a cada nova etapa torna-se necessário o aperfeiçoamento das estratégias com o objetivo de garantir a qualidade do conteúdo da Revista para a área de ensino e pesquisa em Administração. Com isso, apresentamos nesta edição, três artigos e três casos de ensino.

O primeiro artigo discute e pesquisa a Internacionalização do ensino superior: um estudo sobre barreiras e possibilidades, de autoria de Carolina Machado Maranhão, Isadora Iannini Dutra e Roberto Kaehler de Albuquerque Maranhão, é um texto instigante sobre a temática que está em discussão e desenvolvimento em diversas IES, ao mesmo tempo que os autores verificam em sua pesquisa a dificuldade dos discentes frente ao entendimento do processo de mobilidade internacional. O artigo traz uma discussão rica e pode apontar outros olhares frente a essa prática que as IES tem se proposto a trabalhar.

No segundo artigo, dos autores Guilherme Muniz Chaves Urias e Luciana Aparecida de Azeredo, é apresentada a temática de metodologias ativas nas aulas de Administração financeira, onde investigaram com base nessa disciplina, se a metodologia potencializava o desenvolvimento da autonomia e da motivação intrínseca nos acadêmicos. Foi utilizada a técnica de interpretação de problemas e simulação de situações reais; na pesquisa sobre a experiência pedagógica com os alunos trabalharam com questionários e depois foi utilizada análise de conteúdo, cujo resultado apontou que o modelo das metodologias ativas é viável ao método tradicional.

O terceiro artigo também discute o tema de metodologias ativas, mas com um diferencial pouco relatado até o momento, pois trata-se de uma pesquisa exploratória que trata de metodologia ativa com base em prêmios e concursos nacionais. Um artigo muito instigante cuja temática discute: Espaços alternativos de aprendizagem: pesquisa exploratória sobre prêmios e concursos universitários no Brasil, do autor Edson Sadao Iizuka, o texto aponta que os prêmios e concursos universitários podem ser considerados atividades de aprendizagem, indicando no artigo que essa prática, além de disseminada na IES da pesquisa, mas também em outras IES, visto que contribui de forma bastante positiva para o desenvolvimento dos discentes.

O quarto texto, é um caso de ensino que trata do tema: Ética empresarial e a postura dos colaboradores na era digital, dos autores Jussara da Silva Teixeira Cucato, André Torres Urdan, Cláudia Terezinha Kniess e Edmilson de Oliveira Lima, contribui fortemente para as IES voltadas para gestão, pois provoca uma reflexão com relação aos desafios que as empresas enfrentam para manter o comportamento ético, especialmente na área de vendas. Esse tema é obrigatório nos currículos de Administração e deve cada vez mais ser reforçado em todas as disciplinas do curso e não só em uma específica.

O próximo caso, das autoras Isabela Murad, Cléria Donizete da Silva Lourenço e Amanda Pimenta do Nascimento, discute o poder e conflito nas organizações: o caso de uma empresa familiar do setor de construção civil. O material pode ser utilizado em diferentes momentos do desenvolvimento dos acadêmicos, pois traz informações e relatos ricos sobre a dinâmica em empresas familiares, o que pode auxiliar no entendimento desse contexto tão familiar e peculiar no Brasil.

O último caso dos autores Ana Paula Kieling, Estela Maria Hoffmann e Ricardo Boeing, discute um contexto mercadológico, com o título Abocanhando o mercado: o caso da Rock Hamburgueria. O caso descreve situações de dificuldade financeira, além da necessidade de definir estratégias de *Marketing*, podendo ser utilizado em diferentes atividades relacionadas aos temas de gestão e *Marketing*.

A RAEP agradece a confiança dos autores dos artigos e casos aqui publicados e aos avaliadores que contribuíram para o aprimoramento dos textos que integram essa edição!

Desejamos a todos, boa leitura!

Profa. Dra. Cláudia de Salles Stadtlober
Editora Científica

Prof. Dr. Henrique Heidtmann Neto
Presidente Angrad

Prof. Dr. Edson Sadao
Vice-presidente Angrad