

APRESENTAÇÃO

A Revista *Disciplinarum Scientia* firma-se, a cada volume editado, como o veículo institucional responsável por levar, para além dos limites físicos do Centro Universitário Franciscano, a produção científica gerada na interação entre discentes e docentes, a trilhar caminhos compartilhados para a construção do conhecimento. Na presente edição encontra-se a diversidade de pesquisas desenvolvidas no campo das Ciências Sociais Aplicadas, e os artigos apresentados têm em comum a aplicação da teoria na realidade de cada ambiência científica, a partir de estudos de caso nos quais os objetos de estudo são realidades próximas dos discentes. A citada proximidade traz como benefício a compreensão do fato de que os estudos, teorias e autores, conhecidos nas aulas e interações com os docentes, são sim aplicáveis nos âmbitos empresarial, jurídico e comunicacional, propondo-se a consolidar o vínculo entre a academia e o mercado. Essa aplicabilidade fortalece o aprendizado e apresenta novos caminhos e pontos de vista que aprimoram a experiência científica. Os pontos destacados nos nove artigos apresentados são variações sobre o grande tema do planejamento de ação, no campo administrativo de empreendimentos, no campo de estratégia jurídica e no campo de estratégia de comunicação publicitária no ambiente digital.

A Gestão Estratégica focada nos seis primeiros textos apresenta os usos de ferramentas que são a base da gestão organizacional como as estratégias empresariais, como o planejamento estratégico e vantagem competitiva a partir de estudo de caso realizado em uma empresa do setor de construção civil em Santa Maria. O *balanced scorecard* está nos dois próximos textos, num deles propõe-se a criação de indicadores chave de performance vinculados ao *balanced scorecard*, com fins de auxiliar os colaboradores da Retaguarda Centralizada de uma Cooperativa do Sistema SICREDI; no segundo utiliza-se o método para *balanced scorecard* como ferramenta de gestão da empresa de biscoitos amanteigados caseiros pelotense, TESS Produtos Caseiros. O quarto artigo apresenta o alinhamento existente entre a percepção da qualidade e avaliação da marca Hyundai e o valor da marca atribuído pelos clientes da Região Central do estado. A logística reversa na destinação das embalagens de defensivos agrícolas em São Pedro do Sul é o tema do quinto texto e, no último, que trata a visão estratégica empresarial, apresenta-se a importância da certificação da qualidade do ar em ambientes públicos e fechados, com a apresentação do estudo de caso do Royal Plaza Shopping, em Santa Maria.

O planejamento no que tange a estratégia jurídica é o tema do sétimo artigo, que discute a teoria do domínio do fato e como sua utilização pode trazer resultados diversos, quando realizada sem os vínculos originais propostos por Claus Roxin. As duas últimas discussões teórico-práticas apresentadas no Volume 10, tratam do planejamento da estratégia de visibilidade na comunicação publicitária com dois objetos diferentes na ambiência digital. O primeiro traz os formatos de publieditoriais em blogs da plataforma F*Hits, a primeira plataforma com objetivo claro de comercialização de espaços para marcas participarem de forma paga nos editoriais dos blogs, a partir da credibilidade da blogueira perante o público

consumidor. E o segundo constrói uma linha do tempo do site da empresa de televisão via satélite por assinatura Sky, com fins de verificar as adequações comunicacionais na plataforma realizadas pela empresa, entre os anos de 2001 e 2015.

A curiosidade foi despertada, o objeto de estudo, selecionado; a metodologia escolhida, os dados foram levantados e analisados, resultados obtidos. A socialização das descobertas e aprendizados se dá a partir de agora, por isso, desejo a todos ótima leitura.

Caroline de Franceschi Brum
Docente do Curso de Publicidade e Propaganda
Centro Universitário Franciscano