

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Mobile Innovation and Enterprise Strategy**

Semestre: 2012/2

Carga horária: 15

Créditos: 1

Área temática: Administração da Informação

Código da disciplina:

Requisitos de matrícula: ----

Professor: Silvia Elaluf-Calderwood (London School of Economics) / Amarolinda Klein

EMENTA

The seminar brings a general overview on current issues in relation to mobile innovation, mobile work and innovation applied to the development of enterprise strategies.

OBJETIVOS

- To develop a systemic view on mobile innovation
- To develop critical thinking about mobile work
- To generate understanding about enterprise strategies with the use of mobile technologies

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Services: ICT the transition era from digital dust and global infrastructures

Technology: IT artifacts, affordances, and information services

Performance: The meeting of affordances and performances in complex and contradictory patterns.

Creativity: Human creativity in the use, appropriation and innovation of technology performances. The importance of situations.

Coordination: Technology for horizontal coordination of activities in social groups and at work

Control: The vertical aspects of the organisation of social and work activities

Platforms: Control, convergence, generativity and tussles in platform-based innovation

Infrastructures: The development and deployment of global infrastructures. Standards, installed bases, and gateways

Innovation: The challenges of business innovation with ICT and explores the role of automation and self-service. The cultivation of boundaries and fluidity

Strategies: Enterprise mobility

AVALIAÇÃO

- Participation in group debates
- Practical assignment.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CARSTENSEN, P.; SØRENSEN, C. From the Social to the Systematic: Mechanisms Supporting Coordination in Design. *Computer Supported Cooperative Work: **Journal of Collaborative Computing***, Hoboken, v. 5, n. 4, p. 387-413, 1996.

COOK, S. D. N.; BROWN, J. S. Bridging Epistemologies: the generative dance between organizational knowledge and organizational knowing. ***Organization Science***, Philadelphia, v. 10, n. 4, p. 381-400, 1999.

HERZHOFF, J.; ELALUF-CALDERWOOD, S.; SØRENSEN, C. Convergence, Conflicts, and Control Points: a systems-theoretical analysis of mobile VoIP in the UK. In: ***Journal of Information Technology***, Basingstoke, v. 23, n. 4, p. 1-17, 2010.

OLSON, G. M.; OLSON, J. S. Distance Matters. ***Human-Computer Interaction***, Pittsburgh, v. 15, p. 139-178, 2000.

SCHMIDT, K.; SIMONE, C. Coordination mechanisms: an approach to CSCW systems design. ***Computer Supported Cooperative Work: an international journal***, New York, v. 5, n. 2-3, p. 155-200, 1996.

SORENSEN, C. ***Enterprise Mobility: tiny technology with global impact on information work***. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2011. p. 10-27.

TILSON, D.; LYYTINEN, K.; SØRENSEN, C. Desperately Seeking the Infrastructure in IS Research: Conceptualization of "Digital Convergence" as the Co-evolution of Social and Technical Infrastructures. ***Anais... 43rd Hawaii International Conference on System Science Kauai***, 2010.

YOO, Y. Computing in Everyday Life: a call for research on experiential computing. **MIS Quarterly**, Minneapolis, v. 34, n. 2, p. 213-231, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

DOURISH, P.; BELL, G. The Infrastructure of Experience and the Experience of Infrastructure: meaning and structure in everyday Encounters with space. **Environment and Planning B: Planning and Design**, London, v. 34, n. 3, p. 414-430, 2007.

HEATH, C.; KNOBLAUCH, H.; LUFF, P. Technology and social interaction: the emergence of 'workplace studies'. **British Journal of Sociology**, London, v. 51, n. 2, p. 299-320, 2000.

LICOPPE, C. Connected' presence: the emergence of a new repertoire for managing social relationships in a changing communication technoscape. **Environment and Planning D: Society and Space**, London, v. 22, p. 135-156, 2004.

LUFF, P.; Heath, C. Mobility in Collaboration. In: Proceedings of ACM 1998 Conference on Computer Supported Cooperative Work. **Anais...** ACM Press, New York, p.305-314, 1998.

OARD, D. W. The State of the Art in Text Filtering. **User Modeling and User-Adapted Interaction: an international journal**, New York, v. 7, n. 3, p. 141-178, 1997.

SCARBROUGH, H. Blackboxes, Hostages and Prisoners. **Organization Studies**, Amsterdam, v. 16, n. 6, p. 991-1019, 1995.

SCHNEIDERMAN, B.; MAES, P. Direct manipulation vs Software Agents: excerpts from debates at IUI 97 and CHI 97. **Interactions**, Hoboken, v. 3, n. 6, p. 42-61, 1997.

SØRENSEN, C.; PICA, D. Tales from the Police: mobile technologies and contexts of work. **Information and Organization**, Amsterdam, v. 15, n. 2, p. 125-149, 2005.

SPOHRER, J.; RIECKEN, D. Introduction to Special Issue on Services Science. **Communications of The ACM**, New York, v. 49, n. 7, 2006.

URRY, J. Mobile Sociology. **British Journal of Sociology**, London, v. 51, n. 1, p. 185-203, 2000.

WEGNER, P. Why Interaction is More Powerful Than Algorithms. **Communications of the ACM**, New York, v. 40, n. 5, p. 80-91, 1997.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Estatística Aplicada à Administração**

Semestre: 2012/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 06717

Requisitos de matrícula:

Professor (a): Dr. Celso Augusto de Matos

EMENTA

Discussão dos métodos estatísticos de análise de dados mais relevantes. Partindo da contextualização dos diversos métodos estatísticos no âmbito das pesquisas científicas, a identificação do método mais adequado para cada tipo de pesquisa, bem como para a correta interpretação das análises realizadas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Análise estatística descritiva
Probabilidade, amostragem e distribuições
Testes de hipóteses
Análise de correlação
Análise de diferenças entre duas condições: teste t
Questões de significância
Medidas de associação
Análise de Variância (Anova)
Análise de Regressão
Análise Fatorial
Avaliação de escalas

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DANCEY, C. P.; REIDY, J. **Estatística Sem Matemática Para Psicologia**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.
HAIR, J. F.; BABIN, B.; MONEY, A.H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ANDERSON, D. R.; SWEENEY, D. J.; WILLIAMS, T. A. **Estatística Aplicada à Administração e Economia**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- BISQUERRA, R.; SARRIERA, J. C.; MARTÍNEZ, F. **Introdução à Estatística**: enfoque informático com o pacote estatístico SPSS. Porto Alegre: Artmed, 2004.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- DOUGLAS, D. CLARK, J. **Estatística aplicada**. São Paulo: Saraiva, 1998.
- FREUND John E.; SIMON Gary A. **Estatística aplicada**: economia, administração e contabilidade. 9. ed. Porto Alegre: Bookmann, 2000.
- HAIR, J.F. et al. **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- MORGAN, G. A.; GRIEGO, O. V. **Easy use and interpretation of SPSS for Windows**: answering research questions with statistics. New Jersey: Lawrence Erlbaum Assoc, 1998.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- NEWBOLD, Paul. **Statistics for business and economics**. 4. ed. New Jersey: Prentice-Hall, 1995.
- PESTANA, M. H.; GAGEIRO, J. N. **Análise de dados para ciências sociais**: a complementaridade do SPSS. 2. ed. Lisboa: Sílabo, 2000.
- SILVER, Mick. **Estatística para Administração**. São Paulo: Atlas, 2000.
- STEVENSON, William J. **Estatística aplicada a administração**. 1. ed. São Paulo: Harper & Row, 1981.

E-BOOKS:

- GARSON, D. **Statnotes**: Topics in Multivariate Analysis. Disponível em: <<http://faculty.chass.ncsu.edu/garson/PA765/statnote.htm>>. Acesso em: 09 fev. 2010.
- STATSOFT **Electronic Statistics Textbook**. Disponível em: <www.statsoft.com/textbook/>. Acesso em: 09 fev. 2010.
- TROCHIM, W. **The Research Methods Knowledge Base**. Disponível em: <www.socialresearchmethods.net/kb/>. Acesso em: 09 fev. 2010.

***Artigos de periódicos recomendados durante o desenvolvimento das aulas.**

AVALIAÇÃO

As aulas serão desenvolvidas por meio da combinação de várias abordagens de ensino aprendizagem. De modo geral, a primeira parte da aula será dedicada à apresentação do conteúdo, com base em uma exposição dialogada. Na segunda parte da aula, o foco será nas aplicações das técnicas estatísticas, buscando uma integração entre conteúdo e prática. Algumas aulas poderão ocorrer no laboratório de informática a fim de desenvolver aplicações com o SPSS (*Statistical Package for the Social Science*).

A avaliação será realizada em função de: (i) trabalhos parciais (individuais ou em grupos), com peso de 40%; (ii) um trabalho final (individual), com peso de 30% e (iii) uma prova final (individual), com peso de 30%. Em todos os trabalhos será levado em

consideração o correto uso do SPSS e da correta e completa interpretação dos resultados.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Estratégia das Organizações**

Semestre: 2012/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 6998

Requisitos de matrícula:

Professores: Iuri Gavronski e Rafael Teixeira

EMENTA

Esta disciplina visa a abordar os conceitos e processos básicos para uma empresa posicionar-se estrategicamente. Propõe-se discutir as opções estratégicas a partir da análise dos ambientes externo e interno. A disciplina destaca as possibilidades de sustentação das posições competitivas considerando a especificidade da dinâmica concorrencial em diversos setores.

Objetivos:

Compreender e analisar criticamente o conceito de estratégia e seus benefícios para a organização.

Discutir as vantagens e limitações das diferentes correntes do pensamento estratégico.

Entender o processo de acumulação de recursos e o contexto representado pelo ambiente externo.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Perspectiva histórica e conceitos.

O ambiente externo.

O posicionamento estratégico

Vantagem competitiva;

Valor

Escopo competitivo

Construção e sustentação da vantagem competitiva

A cadeia de valor;

Atividades e direcionadores;

A visão com base em recursos (RBV);

O processo de formulação estratégica;

Estratégia e o mercado global:

Médias empresas e o mercado global;

Empresas dos países emergentes e o mercado global..

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BESANKO, D. et al. **A economia da Estratégia**. Porto Alegre: Artmed, 2006

FLECK, D. L. Crescimento, Dominância Continuada e Declínio da Empresa: Insights das Histórias da General Electric e Westinghouse. **Revista de administração contemporânea**, [S.l.], v. 8, ed. Especial, p. 79-106, 2004.

GHEMAWAT, Pankaj. **A estratégia e o cenário dos negócios**. Porto Alegre: Bookman, 2000. 380 p.

GRANT, Robert M. Strategic planning in a turbulent environment: evidence from the oil majors. **Strategic Management Journal**, England, Baffins Lane, v. 24, p. 491-517, 2003.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

PORTER, Michael. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústria e concorrência**. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

PORTER, Michael. Towards a dynamic theory of strategy. **Strategic Management Journal**, Baffins Lane, v. 12, Summer, Special Issue, p. 95 - 117, 1991.

HEXSEL, A. E. A Construção e Sustentação da Vantagem Competitiva por Pequenas Empresas: O Caso da Baldo. **Revista Eletrônica de Administração de Empresas-READ**, v. 13 n. 3, p. 1-27, set./out. 2007.

PAIVA, E. L.; HEXSEL, A. E. Contribuição da Gestão de Operações para a Internacionalização de Empresas. **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, Rio de Janeiro Brasil, v. 9, n. 4, p. 73-95, out./dez. 2005.

RABELLOTTI, R. How Globalisation Affects Italian Industrial Districts: The Case of Brenta. In: RSA INTERNATIONAL CONFERENCE, 2003, Pisa. **Proceedings...** Pisa, Italy: Università del SIMON, Hermann. **As campeãs ocultas**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ANSOFF, H. Igor; CDONNELL, Edward J. **Implantando a administração estratégica**. São Paulo: Atlas, 1993. 590 p.

GEREFFI, G. International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain. **Journal of International Economics**, Amsterdam, v. 48, p. 37-70, 1999.

GRANT, Robert M. The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. **California Management Review**, Berkeley, v. 33, n. 3, p. 114 – 135, Spring 1991.

HEXSEL, A. E. O Sucesso Internacional da Marcopolo: Uma Visão com Base em Recursos. **Revista Eletrônica de Administração de Empresas - READ**, Franca, v. 10, n. 4, jul./ago. 2004.

HEXSEL, Astor E.; HENKIN, H. H. Os conceitos de eficácia operacional e estratégia propostos por Porter: fundamentos econômicos e análise crítica. **Revista de Administração da USP**, São Paulo, v.38, n. 3, p. 254-259, jul./ago./set. 2003.

HOOPEs, D. G.; MADSEN T. L.; WALKER, G. Guest editor's introduction to the special issue: why is there a resourced based view? Toward a theory of competitive heterogeneity. **Strategic Management Journal**, Baffins Lane, England, v. 24, p. 889-902, 2003.

BARTLETT, Christofer A.; GOSHAL, Sumantra. Going global, lessons from late movers. **Harvard Business Review**, Boston, v. 78, n. 2, p. 133 - 142, Mar./Apr. 2000.

COLLIS, David J.; MONTGOMERY, Cynthia A. Competing on resources: strategy in the 1990s. **Harvard Business Review**, Boston, v. 73, n. 4, p. 118 - 128, Jul./Aug. 1995.
_____. Creating corporate advantage. **Harvard Business Review**, Boston, v. 76, n. 3, p. 71 - 83, May/June 1998.

COURTNEY, Hugh; KIRLAND, Jane; VIGUERIE, Patrick. Strategy Under Uncertainty. **Harvard Business Review**, Boston, v. 75, n. 6, p. 67 - 79, 1997.

FAIRBANKS, M.; LINDSAY, S. **Arando o mar**: fortalecendo as fontes ocultas do crescimento em países em desenvolvimento. Rio de Janeiro: Quality Mark, 2000.

AVALIAÇÃO

Participação:	30 %	(individual)
Exame parcial:	20%	(individual)
Exame final:	50%	(individual)

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Gestão de Competências: Estratégias e Situações de Aprendizagem nas Organizações**

Semestre: 2012/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 07970

Requisitos de matrícula:

EMENTA

A disciplina aborda a gestão de competências enfatizando a visão dinâmica (processual) e a importância da interação na consolidação das competências. Apresenta a evolução do tema, os principais autores e abordagens e busca contextualizar a análise das competências a partir da realidade brasileira e internacional, considerando-se aspectos relacionados à competitividade e especificidade das organizações.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

A competitividade e o desenvolvimento de *core competence*.

O desdobramento estratégico através de práticas organizacionais e a necessidade de uma atuação mais efetiva das pessoas.

A evolução histórica da gestão de recursos humanos e as práticas de treinamento – possibilidades e limitações.

A necessidade de se repensar o perfil de Recursos Humanos frente ao cenário competitivo e o papel das pessoas no gerenciamento de suas competências (a questão do autodesenvolvimento).

Evolução histórica e diferentes abordagens acerca das competências (conceitos).

O desenvolvimento de competências no Brasil – dificuldades e vantagens.

A experiência na gestão de competências em outros países.

A questão das práticas formais e informais relacionadas à gestão de competências.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BITENCOURT, Claudia et al. **Gestão contemporânea de pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FOSS, N.; KNUDSEN, T. The Resource-Based Tangle: Towards a Sustainable Explanation of Competitive Advantage. **Managerial and Decision Economics**; England, v. 24, n. 4, p. 291-307, Jun. 2003.

HAMEL, G.; PRAHALAD, C. **Competindo pelo Futuro**. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

LE BOTERF, G. **Desenvolvendo a Competência dos Profissionais**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

SANCHEZ, R.; HEENE, A.; THOMAS. **Dynamics of Competence-Based Competition**. Oxford: Pergamon, 1996.

SANDBERG, Jögen. Understanding Human Competence at Work: an interpretative approach. **The Academy of Management**, [s.l.], v. 43, n.1, p. 9-25, 2000.

SPENCER Jr; SPENCER, S. **Competence at Work**. New York; John Wiley & Sons, 1993.

TEECE, D.; PISANO, G; SHUEN, A. Dynamic Capabilities and Strategic Management. **Strategic Management Journal** (1986-1998), Chichester, v. 18, n. 7, p. 509-533, Aug. 1997.

ULRICH, D.; LAKE, D. **Organizational Capability**. New York: John Wiley & Sons, 1990.

ZARIFIAN, P. **Objetivo Competência**. São Paulo: Atlas, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BONOTTO, F.; BITENCOURT, C. Os Elementos das Competências Coletivas em Grupos de Trabalho – a Experiência da COPESUL. In: ENANPAD, 30, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: Bahia, 2006.

DALL'ALBA, Gloria; SANDBERG, Jörgen. Educating for Competence in Professional Practices. **Instructional Science**, v. 24, n. 6, p. 411-437, Nov. 1996.

DUTRA, J. **Gestão de Pessoas com Base em Competências**. (mimeo, s/ referência).

HERZOG, T. L. Aproximación a la ventaja competitiva com base em los recursos. **Asociacion de Licenciados em Ciencias Economicas por la Universidad Comercial de Deusto**, Bilbao, v. LVI, n. 172, p. 5-21, abr. 2001.

OLIVEIRA Jr., M. Competências Essenciais e Conhecimento na Empresa. In: FLEURY, M.; OLIVEIRA Jr. **Gestão Estratégica do Conhecimento**. São Paulo: Atlas, 2001. p. 121-156.

RUAS, R. Literatura, dramatização e ensino em administração – uma experiência de apropriação de práticas teatrais à formação gerencial . In: ENANPAD, 27, 2004. **Anais...** Curitiba: Paraná, 2004 .

SANDBERG, Jörgen; DALL'ALBA, Gloria. **Re-framing competence development at work**. Brisbane: University of Queensland, 2005. Working paper.

WINTER, S. Understanding dynamic capabilities. **Strategic Management Journal**, v. 24, n. 10, p. 991-995, Oct. 2003.

AVALIAÇÃO

Trabalhos individuais realizados ao longo do semestre, considerando-se a capacidade de análise crítica dos alunos na discussão dos temas abordados (3 ensaios individuais);

Apresentação de artigos e desenvolvimento de seminários;

Seminário Final: Práticas Nacionais e Internacionais de Competências – apresentação (grupo).

Confecção individual de um mini *paper* (Competência no contexto da “dissertação”).

Pode ser em dupla se o *paper* abordar competências ligado a um outro tema que interesse as duas pessoas.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: GESTÃO ORGANIZACIONAL

Semestre: 2012/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 006714

Requisitos de matrícula:

Professor: José Antonio Valle Antunes Júnior

EMENTA

Proporcionar a compreensão da natureza sistêmica das organizações, a partir da análise das diferentes visões da gestão organizacional e da identificação dos elementos responsáveis pela potencialização da competitividade das organizações. Tais objetivos serão atingidos com o auxílio de literatura específica e de exercícios de construção de modelos de gestão organizacional.

CONTEUDO PROGRAMATICO

1 A Transição Econômica e Gerencial entre a I e a II Revolução Industrial

1.1 O surgimento da grande empresa nos EUA no século XIX;

1.2 A economia mundial no início do século XX;

1.3 O surgimento da 'máquina que mudou o mundo' e os pioneiros na construção da administração empresarial: as abordagens de Henry Ford e Alfred P.Sloan Jr. (Ford X General Motors);

2 O Padrão de Desenvolvimento Industrial: 1900-1970

2.1 Limites do desenvolvimento econômico nos anos 1970 no contexto das crises internacionais do petróleo de 1973 e 1979 e do modelo de desenvolvimento industrial

2.2 A economia brasileira e o desenvolvimento empresarial no Brasil até o início da década de 1970;

2.3 A Reestruturação Industrial

2.3.1 Reconstruindo a Competitividade: A ótica das empresas enxutas e o Sistema Toyota de Produção;

2.3.2 Os distritos industriais

3 A Economia Brasileira a partir de 1970

3.1 O desenvolvimento brasileiro e a problemática da gestão no Brasil no período posterior a crise do Petróleo;

3.2 Questões energéticas e ambientais e suas implicações na economia e na administração: A abordagem de Bautista Vidal e do Modelo ZERI: As Empresas, Organizações, Instituições e Governos Economizando Recursos a Partir das Proposições Energéticas e Sociais do Século XXI;

3.3 A competição com foco na Inovação no Século XXI: Sistema Nacional de Inovação; Sistema Regional de Inovação; Sistema Setorial de Inovação; Sistema Corporativo de Inovação; Redes de Inovação;

3.4 A Sociedade em Rede e a Globalização da Economia.

4 Temas para Discussão

4.1 Arranjos Produtivos Locais - APLs;

4.2 A Inovação e os Sistemas de Inovação;

4.3 Gestão Energética e Ambiental;

4.4 A Gestão Pública no contexto da internacionalização de empresas;

4.5 A Internacionalização de Empresas;

4.6 A abordagem de Redes no contexto da Administração.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BECATTINI, Giacomo. 'Os distritos industriais na Itália'. In: URANI, Adré et al. (Orgs.) **Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da Terceira Itália**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

BRENNER, Robert (2002). **O Boom e a Bolha: os Estados Unidos na economia mundial**. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2003.

CHANDLER, Alfred D. (1988) 'Os primórdios da 'grande empresa' na indústria norte-americana'. In: MCCRAW, Thomas K. (org.) **Alfred Chandler: ensaios para uma teoria histórica da grande empresa**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.

CORIAT, B. **Pensar pelo Avesso: o modelo japonês de trabalho e organização**. Rio de Janeiro: UFRJ/Revan, 1994.

COSTA, Achyles Barcelos da. 'O desenvolvimento econômico na visão de Joseph Schumpeter'. Instituto Humanitas Unisinos, São Leopoldo-RS, **Cadernos IHU Idéias**, São Leopoldo, ano 4, n. 47, p. 16-32, 2006.

_____. 'Reestruturação *produtiva* e padrão de organização industrial'. In: BECKER, Dinizar F. (org.) **Competitividade: o (des)caminho da globalização**. Lajeado: FATES, 1988.

_____. 'Inovações e Mudanças na Organização Industrial'. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v.21, n. 2, p. 7-31, 2000.

_____ e Costa, Beatriz M. 'Cooperação e capital social em arranjos produtivos locais'. **RDE – Revista de Desenvolvimento Econômico**, Feira de Santana, ano IX, n. 15, p. 51-60, janeiro de 2007.

DEMING, W. E. **Qualidade**: a revolução da administração. Rio de Janeiro: Marques Saraiva, 1990.

DRUCKER, P. **Post-capitalist Society**. New York: Harder Business, 1993.

FORD, H. **Hoje e Amanhã**. São Paulo: Nacional, 1927.

FORD, H. **Minha Vida e Minha Obra**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1926.

MARGLIN, Stephen. 'Cuál es la función del jefe? Orígenes y funciones de la jerarquia en la producción capitalista'. In: PUTTERMAN, Louis (Org.) **La naturaleza económica de la empresa**. Madrid: Alianza Editorial, 1994.

MONDEN, Y. **Toyota Management System**: linking the seven key functional areas. [s.l.]: Productivity Press, 1993.

ROMM, J. J. **Um Passo Além da Qualidade**: como aumentar seus lucros e produtividade através de uma administração ecológica. São Paulo: Futura, 1996.

ROSENBERG, Nathan; L. E. Birdzell, Jr. **A História da Riqueza do Ocidente**: a transformação econômica no mundo industrial. São Paulo: Record, 1986.

SENGENBERGER, W.; PYKE, F. Distritos industriais e recuperação econômica local: questões de pesquisa e de política. . In: URANI, Adré et al. (Orgs.) **Empresários e empregos nos novos territórios produtivos**: o caso da Terceira Itália. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

SELEME, A.; ANTUNES, J. A. V. Configurações da Estrutura Organizacional: Um Exame Preliminar a Partir do Sistema JIT. In: Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração, 14, 1990, Florianópolis/SC. **Anais ...** Florianópolis: EnAnpad, 1990. p. 143-159.

TAYLOR, F. W. **Princípios Gerais da Administração Científica**. São Paulo: Atlas, 1982.

Toyoda, E. **Toyota Fifty Years In Motion**: an autobiography by the chairman Eiji Toyoda. Tokyo: Toyota Motor Corporation, 1987.

VIDAL, J. W. **A Reconquista do Brasil**. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1997.

VIDAL, J. W. **Soberania e Dignidade**: raízes da sobrevivência. Petrópolis: Vozes, 1991.

VIDAL, J. W. **De Estado Servil a Nação Soberana**: civilização solidária dos trópicos. Rio de Janeiro: Vozes, 1987.

VIDAL, J. W.; VASCONCELLOS, G. F. **O Poder dos Trópicos**: meditação sobre a alienação energética na cultura brasileira. São Paulo: Casa Amarela, 1998.

WILLIAMSON, Oliver E. The modern corporation: origins, evolution, attributes. **Journal of Economic Literature**, Nashville, v. 19, p. 1537-1568, Dec. 1981.

WOMACK, J. P.; JONES, D. T. **A Mentalidade Enxuta nas Empresas**: elimine o desperdício e crie riquezas. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

WOMACK, J. P.; JONES, D. T.; ROOS, T. **A Máquina que Mudou o Mundo**. Rio de Janeiro:

Campus, 1992.

AVALIAÇÃO:

A avaliação da disciplina será composta das seguintes partes:

- Apresentações de temas em aula e participação nas discussões em aula: 20%;
- Apresentação de um artigo com tema relacionado ao conteúdo do programa da disciplina [o artigo pode ser realizado individualmente ou em dupla:] 40 %;
- Prova individual dissertativa em aula: 40%

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: Marketing Internacional

Semestre: 2012/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina:

Requisitos de matrícula:

Professor: Dr. Ivan Lapuente Garrido

EMENTA

A disciplina de Marketing Internacional aborda a gestão da área de *marketing* no processo de internacionalização das organizações. Trata dos antecedentes, das consequências e das decisões de marketing a respeito do posicionamento competitivo, das formas de entrada e da gestão do composto mercadológico em ambientes internacionais.

OBJETIVOS:

- Aprofundar e sistematizar os conhecimentos relacionados a Marketing Internacional.
- Desenvolver a capacidade de análise dos diferentes fatores que afetam a tomada de decisão em Marketing na internacionalização de empresas.
- Desenvolver a capacidade de análise das diferentes opções estratégicas de atuação internacional das organizações.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Bloco I: Estratégias de Marketing Internacional

As Escolas de Internacionalização e as Estratégias de Entrada em Mercados Internacionais

Estratégias de Marketing Internacional - Adaptação e padronização

Estratégias de Marketing Internacional - Orientação para mercado externo
Estratégias de Marketing Internacional

Bloco II: O Ambiente Internacional e o Composto Mercadológico

Ambiente Internacional

Produto e Promoção Internacional

Preço e Canal Internacional

Segmentação Internacional

Performance Internacional - Mensuração da *Performance* Internacional

Performance Internacional – Determinantes da *Performance*

E-commerce e Internet

Palestra ou Visita Técnica (Empresa)

Pesquisa em Marketing Internacional / Internacionalização

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CADOGAN, John W.; DIAMANTOPOULOS, Adamantios. Narver and Slater, Kohli and Jaworski and the Market Orientation Construct: Integration and Internationalization. **Journal of strategic Marketing**, Oxfordshire, v. 3, n. 1, p. 41-60, 1995.

CAVUSGIL, S. T.; ZOU, S. Marketing Strategy-Performance relationship: An investigation of the empirical Link in Export Market Ventures. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 58, p. 1-21, jan. 1994.

FRIEDMAN, T. L. **O Mundo é Plano**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

GEMAWHAT, P. **Redefinindo Estratégia Global**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

HOFSTEDE, F. Ter; STEENKAMP, Jan-Benedict E. M.; WEDEL, M. International Market Segmentation Based on Consumer-Product relations. **Journal of Marketing Research**, Chicago, v. 36, p. 1-17, fev. 1999.

KATSIKEAS, C S.; SAMIEE, S; THEODOSIOU, M. Strategy Fit and Performance Consequences of International Marketing Standardization. **Strategic management Journal**, Bingley, v. 27, n. 9, p. 867-890, set. 2006.

OSLAND, G E.; TAYLOR, C R.; ZOU, Shaoming. Selecting International Modes of Entry and Expansion. **Marketing Intelligence and Planning**, Bingley, v. 19, n. 3, p. 153-161, 2001.

WHITELOCK, J. Viewpoint: Theories of Internationalization and their Impact on Market Entry. **International Marketing Review**, Bingley, v. 19, n. 4, p. 342-347, 2002.

ZOU, S; CAVUSGIL, S. T. Global Strategy: A Review and an Integrated Conceptual Framework. **European Journal of Marketing**, Chicago, v. 30, n. 1, p. 52-69, 1996.

_____.; TAYLOR, C; OSLAND, E. G. The EXPERF Scale: A Cross-National Generalized Export Performance Measure. **Journal of International Marketing**, Chicago, v. 6, n. 3, p. 37-58, 1998.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AGARWAL, Manoj K. Developing Global Segments and Forecasting Market Shares: A Simultaneous Approach Using Survey Data. **Journal of International Marketing**, Chicago, v. 11, n. 4, p. 56-80, 2003.

BRADLEY, Frank; SOUSA, Carlos M. P. Global Markets: Does Psychic Distance Matter? **Journal of strategic Marketing**, Oxfordshire, v. 13, p. 43-59, mar. 2005.

CADOGAN, John W.; DIAMANTOPOULOS, Adamantios. MORTANGES, Charles Pahud. A Measure of Export Market Orientation: Scale development and Cross-cultural Validation. **Journal of International Business Studies**, Basingstoke, v. 30, n. 4, p. 689, 1999.

CARPANO, Cláudio; CHRISMAN, James J. Performance Implications of International Product strategies and the Integration of Marketing Activities. **Journal of International Marketing**, Chicago, v. 3, n. 1, p. 9-27, 1995.

CAVUSGIL, S. Tamer; CHAN, Kwong; ZHANG, Chun. Strategic Orientations in Export Pricing: A Clustering Approach to Create Firm Taxonomies. **Journal of International Marketing**, Chicago, v. 11, n. 1, pp. 47-72, 2003.

CRAFT, Stephen H. A Factor Analytic Study of International Segmentation Performance Measures. **Journal of Euromarketing**, Basingstoke, v. 13, n. 4, 2004.

DWYER, Sean; MESAK, Hani; HSU, Maxwell. An Exploratory Examination of the influence of National Culture on cross-National Product Diffusion. **Journal of International Marketing**, Chicago, v. 13, n. 2, p. 1-28, 2005.

GAO, T; The Contingency Framework of Foreign Entry Mode decisions: Locating and Reinforcing the Weaker Link. **Multinational Business Review**, St. Louis, v. 12, n. 1, p. 37, spring 2004.

KATSIKEAS, C.; LEONIDOU, L. C.; MORGAN, N. A. Firm-level export performance assessment: Review, evaluation, and development. **Academy of Marketing Science Journal**, Ruston, v. 28, n. 4, p. 493, fall 2000.

MALHOTRA, Naresh; AGARWAL, James; ULGADO, Francis M. Internationalization and Entry Modes: A Multitheoretical framework and research Propositions. **Journal of International Marketing**, Chicago, vol. 11, n. 4, p. 1-31, 2003.

McNAUGHTON, Rod B.; BELL, Jim. Channel Switching Between Domestic and Foreign Markets. **Journal of International Marketing**, Chicago, v. 9, n. 1, p. 24-39, 2000.

OGUNMOKUN, Gabriel; NG, Simone. Factors Influencing export Performance in International Marketing; A Study of Australian Firms. **International Journal of Management**, Hoboken, v. 21, n. 2, june, 2004.

PRASHANTHAM, Shameen. The Internet and International Marketing: a review. **The Marketing Review**, Argyll, v. 3, p 403-418, 2003.

PRESCOTT C. Ensign. International Channels of Distribution: A Classification system for Analyzing Research Studies. **The Multinational Business Review**, St. Louis, v. 14, n. 3, p. 95, 2006.

SHARMA, Varinder M.; ERRAMILI, M. Krishna. Resource-Based explanation of Entry Mode Choice. **Journal of Marketing theory and Practice**, Winter Park, v. 12, n. 1, p. 1, winter 2004.

SCHUILING, Isabelle; KAPFERER, Jean-Noël. Executive Insights: real Differences Between Local and International Brands: Strategic Implications for International Marketers. **Journal of International Marketing**, Chicago, v. 12, n. 4, p. 97-112, 2004.

TIMMOR, Yaron; ZIF, Jehiel. A Typology of Marketing Strategies for Export. **Journal of Global Marketing**, Abingdon, v. 18, n. 3, 2005.

TOWNSEND, Janell; D. YENIYURT, Segun; DELIGONUL, Seyda; CAVUSGIL, S. Tamer. Exploring the Marketing Program Antecedents of Performance in a Global Company. **Journal of International Marketing**, Chicago, v. 12, n. 4, p. 1-24, 2004.

WERNER, Steve; BROUHERS, Lance E. How International is Management? **Journal of International Business Studies**, Basingstoke, v. 33, n. 3, p. 583-591, third quarter 2002.

ZOU, Shaoming; CAVUSGIL, S. Tamer. Global Strategy: A Review and an Integrated Conceptual Framework. **European Journal of Marketing**, Chicago, v. 30, n. 1, p. 52-69, 1996.

METODOLOGIA, TÉCNICAS E RECURSOS DE ENSINO (MATERIAIS):

Aulas expositivas e seminários para discussão em aula.

Elaboração de ensaios teóricos sobre os temas tratados em aula.

Palestra ou visita técnica com empresa atuante no mercado externo.

AVALIAÇÃO

Apresentação de seminários (Peso 3).

Resenha crítica dos textos (Peso 2).

Trabalho individual, com o desenvolvimento de um artigo sobre temas abordados na disciplina. Serão avaliadas a coerência do estudo e a compreensão sobre temas tratados em aula (Peso 5).

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado (X) Doutorado

Disciplina: **Tópicos Avançados em Administração: Modelagem de Equações Estruturais Usando o AMOS 18**

Semestre: 2012/2

Carga horária: 15

Créditos: 1

Área temática: Administração

Professor (a): Dr. Celso Augusto de Matos

EMENTA

O objetivo geral da disciplina é apresentar os principais conceitos da Modelagem por Equações Estruturais (MEE) e as etapas necessárias para a proposição e teste de um modelo teórico.

OBJETIVOS

Os objetivos específicos são:

- Permitir aos alunos uma familiarização com a técnica de MEE;
- Abordar, de modo prático, as principais etapas e decisões necessárias para a correta aplicação da MEE;
- Demonstrar os procedimentos do software AMOS[®] no uso da técnica MEE.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Análise Fatorial Exploratória versus Análise Fatorial Confirmatória
- Modelos de Mensuração e Purificação das escalas
- Unidimensionalidade dos constructos
- Validade convergente, Confiabilidade simples e composta, Validade discriminante
- Teste do Modelo Estrutural
- Interpretação dos resultados
- Aplicação e Interpretação de um exemplo prático

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BIDO, D.S.; SOUZA, C.A.; SILVA, D.; GODOY, A.S.; TORRES, R.R. Qualidade do Relato dos Procedimentos Metodológicos em Periódicos Nacionais na Área de Administração de Empresas: o caso da modelagem em equações estruturais nos periódicos nacionais entre 2001 e 2010. **Organização & Sociedade**, Salvador, v.19, n.60, p.125-144, 2012.

BYRNE, B.M. **Structural Equation Modeling with AMOS: basic concepts, applications, and programming**. 2. ed. New York: Routledge, 2010.

PRADO, P.H.M. Os Modelos de Equações Estruturais em Marketing. IN: BOTELHO, D.; ZOUAIN, D.M. (org.) **Pesquisa Quantitativa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BAGOZZI, R.; PHILIPS, L.W. Representing and testing organizational theories: a holistic construal. **Administrative Science Quarterly**, Ithaca, v. 27, n. 3, p. 459-90, 1982.

BENTLER, P. M.; C. P. CHOU Practical issues in structural modeling. **Sociological Methods and Research**, Hoboken, v. 16, n. 1, p. 78-117, 1987.

BOLLEN, Kenneth A. **Structural equations with latent variables**. NY: Wiley, 1989.

BYRNE, B.M. **Structural Equation Modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming**. 2nd. Ed. New York: Routledge, 2010.

FORNELL, C. and LARCKER, D.F. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. **Journal of Marketing Research**, Chicago, v. 18, n. 1, p. 39-50, 1981.

GERBING, D.W.; ANDERSON, J.C. Un updated paradigm for scale development incorporating unidimensionality and its assessment. **Journal of Marketing Research**, Chicago, v. 25, p. 186-92, 1988.

HAIR, J.F. Jr; ANDERSON, R.E.; TATHAM, W.; BLACK, W.C. **Multivariate Data Analysis**, 5th Ed. Prentice Hall: Upper Saddle River, 1998.

HOYLE, Rick H. **Structural equation modeling: concepts, issues, and applications**. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995.

KLING, Rex B. **Principles and practice of structural equation modeling**. NY: Guilford, 1998.

KLING, Rex B. Software programs for structural equation modeling: AMOS, EQS, and LISREL. **Journal of Psychoeducational Assessment**, Amsterdam, v. 16, p. 343-364, 1998.

MATOS, C.A. de, HENRIQUE, J.L., de ROSA, F. The Different Roles of Switching Costs on Customer Satisfaction and Loyalty: Direct, Mediating and Moderating Effects. **International Journal of Bank Marketing**, Bingley, v.27, n.7, p.506-523, 2009.

MATOS, C.A.; ITUASSU, C.T.; ROSSI, C.A.V. Consumer Attitudes Toward Counterfeits: a Review and Extension. **Journal of Consumer Marketing**, Bingley, v.24, n.1, p.36-47, 2007.

MATOS, C. A. de, ROSSI, C. A. V., VEIGA, R. T., VIEIRA, V. A. Consumer Reaction to Service Failure and Recovery: the moderating role of attitude toward complaining. **Journal of Services Marketing**, Bingley, v.23, n.7, p.462-475, 2009.

NETEMEYER, R.G.; BEARDEN, W.O.; SHARMA, S. **Scaling Procedures: issues and applications**. California: Sage, 2003.

PILATI, R.; LAROS, J.A. Modelos de Equações Estruturais em Psicologia: Conceitos e Aplicações. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília, v.23, n.2, p.205-216, 2007.

SPECIAL ISSUES:

Journal of Business Research, v.61, n.12, 2008

Personality and Individual Differences v.42, 2007

SITES:

<http://faculty.chass.ncsu.edu/garson/PA765/structur.htm> (Garson)

<http://www2.gsu.edu/~mkteer/> (Ed Rigdon)

<http://www2.gsu.edu/~mkteer/semnet.html> (Lista SEMNET)

www.amosdevelopment.com (Versão estudante do AMOS 5.0; Amos 16.0 User's Guide)

<http://www.mendeley.com/profiles/celso-matos/> (artigos do Professor)

METODOLOGIA, TÉCNICAS E RECURSOS DE ENSINO (MATERIAIS):

O método de ensino adotado na disciplina é de exposição dialogada e atividade prática no software AMOS. É essencial que cada participante esteja com seu computador pessoal para praticar em sala. Os textos indicados na bibliografia básica são recomendados para leitura extra-classe.

AVALIAÇÃO

A disciplina será avaliada com base em três aspectos: a) atividades práticas que serão desenvolvidas ao longo das aulas (40%) e b) um trabalho final de análise de dados (60%).