

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Internacionalização de Empresas**

Semestre: 2013/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: ADM

Código da disciplina: 091253

Requisitos de matrícula:

Professor: Ivan Lapuente Garrido e Luciana Marques Vieira

EMENTA:

A internacionalização das organizações ocorre por meio do seu envolvimento com mercados, empresas e operações realizadas fora do seu país de origem. Esse processo, acelerado e facilitado pela Globalização e até então liderado por economias desenvolvidas, tem sido permeado por intensas mudanças, principalmente marcado pela ascensão de países emergentes e suas empresas e indústrias, muitas vezes orientados por novos determinantes competitivos.

Sob esse contexto, a disciplina, está dividida em três blocos. O primeiro bloco discute, de forma evolutiva e contextualizada com o ambiente, as principais teorias em internacionalização e as estratégias de entrada em mercados externos. O segundo bloco trata das estratégias, organização e gestão das multinacionais. Finalmente, o terceiro bloco aborda temas mais pontuais em internacionalização, como marketing, desempenho, passado e tendências de pesquisa em internacionalização.

OBJETIVOS:

Esta disciplina objetiva sistematizar e aprofundar os conhecimentos relacionados às diferentes dimensões da internacionalização de empresas. As teorias e temas tratados fornecem apoio para a análise crítica e tomada de decisões relativas à internacionalização e à gestão em negócios internacionais.

CONTEUDO PROGRAMÁTICO:

Bloco I: Teorias de Internacionalização e Estratégias de Entrada em Mercados Internacionais

- Teorias Econômicas Clássicas

- Abordagens Econômicas de Internacionalização: Ciclo de Vida do Produto, Internalização, Paradigma Eclético
- Abordagens Comportamentais da Internacionalização: Escola de Uppsala, Abordagem das Networks, Empreendedorismo
- Novas Tendências Teóricas em Internacionalização: Visão Baseada em Recursos e Visão Baseada em Instituições

Bloco II: Multinacionais

- Estratégias, Organização e Gestão de Multinacionais

Bloco III: Temas Complementares

- Late Movers e Born Globals
- Orientação para o Mercado Externo
- Desempenho Internacional
- Passado e Futuro das Pesquisas em Internacionalização

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

RUGMANN, ALLAN M.; BREWER, THOMAS L. **The Oxford Handbook of International Business**. 2nd ed. USA: Oxford University Press, 2009)

DUNNING, J. H. LUNDAN; SARIANNA M. **Multinational Enterprises and the Global Economy**. 2nd Rev Ed edition. Great Britain: Edward Elgar Publishing Ltd, 2008.

JOHANSON, J.; WIEDERSHEIM- PAUL, F. The internationalization of the firm – four Swedish cases. In: BUCKLEY, P. J; GHOURI, P. (Org) **The internationalization of the firm – a reader**. London: Academic Press, 1993.

ROOT, Franklin R. **Entry Strategies for International Markets**. New York: Lexington Books, 1994.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AULAKH, P. S. et al. Export Strategies and Performance of firms from Emerging Economies: Evidence from Brazil, Chile and Mexico. **Academy of Management Journal**, Champaign, v. 43, n. 3, 2000.

BUCKLEY, P. J. et al. Measures of International Competitiveness: a critical survey. **Journal of Marketing Management**, Chicago, v. 4, n. 2, 1988.

BUCKLEY, P. J.; GHOURI, P. **The Internationalization of the Firm: a reader**. London: Academic Press, 1993.

- COLLA, E.; DUPUIS, M. Research and managerial issues on global retail competition: Carrefour vs Wal Mart. **International Journal of Retail and Distribution Management**, Bradford, v. 30, n. 2, 2002.
- DUNNING, J. H. Toward an eclectic theory of international production: some empirical tests. **Journal of International Business Studies**, Columbia, v. 2, n. 3, p. 9-31, 1980.
- DUNNING, J. H. The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions. **Journal of International Business Studies**, Columbia, Spring, 1988.
- DUNNING, J. H.; LUNDAN, S. M. The institutional origins of dynamic capabilities in multinational enterprises. **Industrial and Corporate Change**, Oxford, v. 19, n. 4, 2010, 1225-1246.
- FLEURY, A. C. C.; FLEURY, M. T. L. Estratégias Competitivas e Competências Essenciais: Perspectivas para a internacionalização da indústria no Brasil. **Gestão e Produção**, São Carlos, v. 10, n. 2, p. 129-144, 2003.
- GRIFFITH, D. A.; HARVEY, M. G. A resource perspective of global dynamic capabilities. **Journal of International Business Studies**, Columbian v. 32, n. 3, p. 597-606, 2001.
- ROCHA, A. da. **A internacionalização das empresas brasileiras**: estudos de gestão internacional. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
- SCHMITZ, H.; KNORRINGA, P. Learning from Global Buyers. **Journal of Development Studies**, London, v. 37, n. 2, 2000.
- VERNON, R. International Investment and International Trade in the Product Cycle. **Quarterly Journal of Economics**, Cambridge, v. 80, 1966.
- VIEIRA, L. M.; TRAILL, W. B. Trust and Governance of Global Chains. **British Food Journal**, Bradford, v. 110, p. 460-473, 2008.
- WILLIAMSON, J. **A Economia aberta e a economia mundial**: um texto de economia internacional. Rio de Janeiro: Campus, 1989.
- WILLIAMSON, O. E. **The Economics Institutions of Capitalism**. London: The Free Press, 1985.

METODOLOGIA, TÉCNICAS E RECURSOS DE ENSINO (MATERIAIS):

As aulas serão ministradas em forma de seminários conduzidos ora pelo professor, ora pelos alunos (individual ou em grupo) e mediados pelo professor.

Os seminários não representam somente a apresentação do material previsto para a aula, deve contemplar uma metodologia adequada que promova o debate, a interação e participação de todos.

No início de cada aula o aluno deverá entregar uma folha (30 linhas) fazendo uma breve análise do material estudado, tendo como fechamento questões para discussão em aula.

FORMAS DE AVALIAÇÃO (CRITÉRIOS E INSTRUMENTOS):

Apresentação de seminários (Peso 3).

Participação em aula (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 () Doutorado

Disciplina: **Tópicos Especiais em Administração: “Consumer Culture Theory: introdução à abordagem sociocultural na pesquisa do consumidor”**

Semestre: 2013/2 – 6ª feira – manhã (09, 16, 23 e 30 de agosto + 06 de setembro)

Carga horária: 15

Créditos: 1

Área temática: Marketing

Código da disciplina:

Professor: Marcelo Jacques Fonseca e Celso Augusto de Matos

EMENTA

A abordagem sociocultural do consumo; a corrente de pesquisa interpretativa do consumidor conhecida como *Consumer Culture Theory* (CCT): origem, características e pressupostos; a importância da escolha dos contextos de pesquisa; a contribuição teórica a partir do estudo do mundano e do extraordinário no consumo; temas e tendências da área.

OBJETIVOS

Introduzir a abordagem sociocultural da pesquisa do consumidor e, com base na discussão de diferentes exemplos de pesquisa em CCT, vislumbrar oportunidades de novos projetos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- O início: a origem da abordagem sociocultural do consumo
- A consolidação da marca CCT: linhas editoriais, fóruns internacionais, status das publicações
- Marketing, cultura e sociedade: dinâmicas de mercado
- A importância dos contextos de pesquisa
- Aprendendo com o mundano e o extraordinário no consumo
- Contribuição teórica dos estudos em CCT
- Temas e tendências de pesquisa

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARAUJO, Luis. Markets, market-making and marketing. **Marketing Theory**, London, v. 7, n. 3, 2007.

ARNOULD, Eric J.; THOMPSON, Craig J. Consumer Culture Theory (CCT): Twenty years of research. **Journal of Consumer Research**, Geinesville, v. 31, p. 868-882, March 2005.

ARNOULD, Eric J; PRICE, Linda L.; MOISIO, Risto. Making contexts matter: selecting research contexts for theoretical insights. In: BELK, Russel W. (Ed.): **Handbook of qualitative research methods in marketing**. United of Kingdom: Edward Elgar Pub, p. 106-125, 2007.

ASKEGAARD, Søren; LINNET, Jeppe Trolle. Towards an epistemology of consumer culture theory: Phenomenology and the context of context. **Marketing Theory**, London, v. 11 n. 4, 2011.

BELK, Russel W. The modeling-empiricism gap: lessons from the qualitative–quantitative gap in consumer research. **Journal of Supply Chain Management**, Tempe, v. 45, n. 1, p. 35-37, 2009.

HUMPHREYS, Ashlee. Semiotic Structure and the Legitimation of Consumption Practices: The Case of Casino Gambling. **Journal of Consumer Research**, Geinesville, v. 37, Oct. 2010.

MOISANDER, Johanna; PEÑALOZA, Lisa; VALTONEN, Anu. From CCT to CCC: building consumer culture theory. In: SHERRY, John F.; FISCHER, Eileen (Eds.): **Explorations in consumer culture theory**. United of Kingdom: Routledge, p. 7-33, 2009.

ØSTERGAARD, Per; JANTZEN, Christian. Shifting perspectives in consumer research: from buyer behaviour to consumption studies. In: BECKMANN, Suzanne; ELLIOT, Richard (Ed.). **Interpretive Consumer Research: paradigms, methodologies and applications**. Copenhagen Business Scholl Press, 2001.

THOMPSON, Craig; ARNOULD, Eric; GIESLER, Markus. Discursivity, difference, and disruption: Genealogical reflections on the consumer culture theory heteroglossia. **Marketing Theory**, London, 2013.

THOMPSON, Craig J.; ARSEL, Zeinep. The Starbucks brandscape and consumers' (anticorporate) experiences of glocalization. **Journal of Consumer Research**, Gainesville, v. 31, p. 631-642, December 2004.

THOMPSON, Craig J.; TAMBYAH, Siok Kuan. Trying to Be Cosmopolitan. **Journal of Consumer Research**, Gainesville, v. 26, n. 3, 214-41, 1999.

WALLENDORF, Melanie; ARNOULD, Eric J. We gather together: consumption rituals of Thanksgiving Day. **Journal of Consumer Research**, Gainesville, v. 18, n. 1, p. 13-31, June 1991.

Obs: outros textos poderão ser indicados de acordo com os interesses do grupo de participantes

AVALIAÇÃO

- | | |
|--|-----|
| - Participação das discussões em aula | 20% |
| - Apresentações de artigos e/ou seminários | 30% |
| - Trabalho final: elaboração de projeto de pesquisa* | 50% |

* Trabalho final: Em duplas ou grupos de três, os participantes deverão elaborar um projeto de pesquisa contendo: (a) breve descrição do contexto e questões a serem respondidas, (b) objetivos da pesquisa, (c) justificativa do contexto e dos possíveis espaços para contribuição teórica, (d) estrutura metodológica.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Inovação e Competitividade**

Semestre: 2013/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 108747

Requisitos de matrícula:

Professor: Luiz Paulo Bignetti

EMENTA

Refletir sobre a importância do desenvolvimento tecnológico para a competitividade da empresa e do país com a discussão da relação entre tecnologia e sociedade. Oferecer aos alunos, através de bibliografia atualizada e de estudos de casos, a oportunidade de compreensão de como as empresas inovam e como os países incentivam o processo de inovação. Além disso, os alunos são conscientizados dos efeitos da tecnologia sobre a sociedade e da influência da sociedade sobre o desenvolvimento de tecnologias.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Ciência, tecnologia e sociedade;

A tecnologia como construção social;

Principais teorias econômicas que descrevem o desenvolvimento tecnológico;

Tecnologia e competitividade;

O ciclo de vida da tecnologia;

Alianças estratégicas;

A gestão tecnológica na empresa;

Estratégia empresarial e gestão da inovação;

Empreendedorismo e tecnologia: incubadoras de empresas e parques tecnológicos;

Transferência de tecnologia: negociação e propriedade intelectual;

Empresas intensivas em conhecimento;

A globalização e o desenvolvimento de tecnologia nas empresas internacionais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- BIGNETTI, L. P. O Processo de Inovação em Empresas Intensivas em conhecimento. **Revista de Administração Contemporânea (RAC)**, Gávea, v. 6, n. 3, p. 33-53, set./dez. 2002.
- CHESBROUGH, H. W. **Open Innovation**: researching a new paradigm. Oxford: Oxford University Press, 2006.
- CHRISTENSEN, C. **O dilema da inovação**. São Paulo: Makron Books, 2001.
- CLARK, K. B.; WHEELRIGHT, S. C. **Managing new product and process development**. New York: Free Press, 1993.
- COHEN, W.; LEVINTHAL, D. Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation. **Administrative Science Quarterly**, Ithaca, v. 35, p. 128–152, 1990.
- COOPER, R. G.; EDGETT, S. J.; KLEINSCHIMDT, E. J. Optimizing the stage-gate process: What best-practice companies do – I. **Research Technology Management**, Lancaster, v. 45, n. 5, p. 21-27, set./out. 2002.
- DOSI, G. Technological paradigms and technological trajectories. **Research Policy**, Amsterdam, v. 11, p. 147–162, 1982.
- FREEMAN, C. **The economics of industrial innovation**. Cambridge: The MIT Press, 1982.
- HAMEL, G.; PRAHALAD, C. K. The core competences of the corporation. **Harvard Business Review**, Boston, v. 68, n. 3, p. 79-91, May/June 1990.
- LEONARD, D. Core capabilities and core rigidities: a paradox in managing new product. **Strategic Management Journal**, Sussex, v. 13, p. 111, Special Issue, Summer, 1992.
- NELSON, R.; WINTER, S. **An evolutionary theory of economic change**. Cambridge, Mass: The Belknap Press of Harvard University, 1982.
- NONAKA, I.; TAKEUSHI, H. **Criação de conhecimento na empresa**: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. 13. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril, 1982.
- TEECE, D.; PISANO, G.; SHUEN, A. Dynamic capabilities and strategic management. **Strategic Management Journal**, Sussex, v. 18, n. 7, p. 509-533, 1997.
- TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Gestão da Inovação**. 3. ed. São Paulo: Artmed, 2008.

AVALIAÇÃO

Os critérios de avaliação dos trabalhos executados ao longo da disciplina levarão em conta a capacidade dos alunos de interpretar e discutir os conteúdos abordados na disciplina. Os seguintes aspectos serão avaliados:

- Presença e participação na sala de aula (20 pontos)
- Apresentação de um estudo de caso (30 pontos)
- Ensaio teórico (50 pontos)

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Estatística Aplicada à Administração**

Semestre: 2013/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 06717

Requisitos de matrícula:

Professor (a): Dr. Celso Augusto de Matos, Ivan Lapuente Garrido e Rafael Teixeira

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.

BRUNI, A.L. **PASW Aplicado a Pesquisa Acadêmica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MATOS, C. A. de. Análise de Dados Quantitativos. In: ZILLES, F. (Org) et al. **Pesquisa Mercadológica**. São Leopoldo: Unisinos, 2012 [texto no Xérox, pasta 599]

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.
- 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: Bookman, 2000.
- HAIR, J. F. et al.. **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- 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>>.
- STATSOFT **Electronic Statistics Textbook**. Disponível em: <www.statsoft.com/textbook/>.

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

AVALIAÇÃO

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, usando como exemplo uma base de dados elaborada pelos alunos. Algumas aulas poderão ocorrer no laboratório de informática a fim de desenvolver aplicações com o SPSS (*Statistical Package for the Social Science*).

A avaliação é composta por:

- (i) exercícios (individuais, ao longo do semestre): 30%

- (ii) prova 1 (individual, **03/10**): 30%
- (iii) prova 2 (individual, **29/11**): 40%

Critérios na correção: correto uso do SPSS, correta e completa interpretação dos resultados.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Estratégia das Organizações**

Semestre: 2013/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 6998

Requisitos de matrícula:

Professores: Iuri Gavronski e Guilherme Trez

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**, São Paulo, 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, 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**, São Paulo, 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**

Semestre: 2013/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 07970

Requisitos de matrícula:

Professor: Claudia Cristina Bitencourt

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**, v. 43, n. 1, p. 9-25, Feb. 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**, 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**, Amsterdam, 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**, Sussex, 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: 2013/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 006714

Requisitos de matrícula:

Professor: José Antônio 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, André et al. (Orgs.) **Empresa Eempregos 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: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1998.

CHANG, Há-Joon (2009). **Industrial Policy: We Can Go Beyond na Unproductive Confrontation?**, ABDCE (Annual World Bank Conference on Development Economics), Seoul, South Korea, Faculty of Economics.

CORIAT, B. **Pensar pelo Averso** - O Modelo Japonês de Trabalho e Organização. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ/Revan, 1994.

COSTA, Achyles Barcelos da. O desenvolvimento econômico na visão de Joseph Schumpeter. **Cadernos IHU Idéias**, São Leopoldo, ano 4, n. 47, 16 p, 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**, Salvador, ano IX, n. 15, p. 51-60, janeiro de 2007.

DEMING, W. E. **Qualidade: A Revolução da Administração**. Rio de Janeiro: Editora Marques Saraiva, 1990.

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

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

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

LIN, Justin; CHANG, Há-Joon. Should Industrial Policy in Development in Developing Countries Conform to Comparative Advantage or Defy it? A Debate Between Justin Lin and Ha-Joon Chang – DPR Debate. *Development Policy Review*, v. 27, n. 5, p. 483-502, 2009.

MARGLIN, Stephen (1986). 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**. Productivity Press, 1993.

PORTER, M. E. **The Competitive Advantage of Nations**. New York: Free Press 1990.

ROMM, J. J. **Um Passo Além da Qualidade: Como Aumentar seus Lucros e Produtividade**

Através de Uma Administração Ecológica. São Paulo: Editora Futura, 1996.

ROSENBERG, Nathan; L. E. BIRDZELL Jr, L. E. **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, André 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, **XIV**, Florianópolis/SC, 1990, **Anais ...** v. 6, p. 143-159.

SUZIGAN, W.; FURTADO, J. Política Industrial e desenvolvimento. **Revista de Economia Política**, São Paulo, v. 26, n. 2, Jun 2006.

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

TIGRE, P. B. Inovação e teorias da firma em três paradigmas. **Revista de Economia Contemporânea**, Rio de Janeiro, n. 3, p. 67-111, jan./jun, 1998.

TIGRE, P. B. **Gestão da inovação:** a economia da tecnologia no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

TOYODA, E. **Toyota Fifty Years In Motion** – An autobiography by The Chairman Eiji TOYODA, Toyota Motor Corporation, 1987.

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

VIDAL, J. W. **Soberania e Dignidade – Raízes da Sobrevivência**. Petrópolis: Editora Vozes, 1991.

VIDAL, J. W. **De Estado Servil a Nação Soberana – Civilização Solidária dos Trópicos**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1987.

VIDAL, J. W.; VASCONCELLOS, G. F. **O Poder dos Trópicos** – Meditação Sobre a Alienação Energética na Cultura Brasileira. São Paulo: Editora Casa Amarela, 1998.

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

WOMACK, J. P.; JONES, D. T. **A Mentalidade Enxuta nas Empresas:** Elimine o Desperdício e Crie Riquezas. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1998.

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

Editora 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: **Métodos Qualitativos de Pesquisa**

Semestre: 2013/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina:

Requisitos de matrícula:

Prof. Amarolinda Z Klein

EMENTA

A pesquisa em Administração pode envolver diferentes abordagens metodológicas. Esta disciplina aborda as metodologias de pesquisa qualitativas, que envolvem meios de obtenção de informações detalhadas sobre comportamentos e crenças em ambientes sociais, de forma contextualizada. A disciplina discute os paradigmas epistemológicos que fundamentam a pesquisa qualitativa, os métodos de pesquisa qualitativa utilizados com maior frequência na área de Administração, bem como aborda as técnicas para coleta e análise de dados qualitativos e as formas de comunicação dos resultados de pesquisas qualitativas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Paradigmas epistemológicos que fundamentam a pesquisa qualitativa.
2. Tipos de problemas/contextos de pesquisa que podem ser abordados por meio da pesquisa qualitativa.
3. Métodos de pesquisa qualitativa em Administração.
4. Técnicas para a coleta de dados qualitativos.
5. Técnicas e softwares para a análise de dados qualitativos.
6. Comunicação/publicação dos resultados de pesquisas qualitativas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2010.

BOURDIEU, P. The practice of reflexive sociology (the Paris workshop). In: BOURDIEU, P.; WACQUANT, L. **An invitation to reflexive sociology**. The University of Chicago: Polity Press, 1992. p. 217-260.

CROTTY, M. **The Foundations of Social Research: Meaning and Perspective in the Research Process.** London: Sage, 1998.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, N. S. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens.** Porto Alegre: Bookman, 2008.

FLICK, U. (Org.) **Coleção pesquisa qualitativa.** Porto Alegre: Bookman, 2009.

GARFINKEL, H. **Studies in Ethnomethodology.** Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1967.

HACKLEY, C. **Doing research projects in marketing, management and consumer research.** London: Routledge, 2003.

KRIPPENDORF, K. **Content Analysis: An introduction to its methodology.** London: Sage, 2003.

MILES, M.; HUBERMAN, A. M. **Qualitative Data Analysis: an expanded sourcebook.** Thousand Oaks: Sage, 1994.

SILVERMAN, D. **Interpretação de dados Qualitativos: métodos para análise de entrevistas, textos e interações.** Porto Alegre: Artmed, 2009.

STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Pesquisa Qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento da teoria fundamentada.** Porto Alegre: Artmed, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALVESSON, M.; SKÖLDBERG, K. **Reflexive methodology: new vistas for qualitative research.** London: Sage, 2000.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 2009.

BELK, R. W. (Ed.). **Handbook of qualitative research methods in marketing.** Edward Elgar Pub, p. 3-16, 2007.

BENBASAT, I., GOLDSTEIN, D. K.; MEAD, M. The case research strategy in studies of information systems. **MIS Quarterly**, Minneapolis, v. 11, n. 3, p.369-386, 1987.

EISENHARDT, K. Building Theories from Case Study Research. **Academy of Management Review**, Mississippi, v. 14, n. 4, p. 532-550, 1989.

GOMM, R.; HAMMERSLEY, M.; FOSTER, P. **Case Study Method.** 1st. ed. London: Sage, 2000. 276p.

HAMMERSLEY, M. **Discourse Analysis: a bibliographical guide.** 2002. Disponível

em: <<http://discourseanalysis.bokee.com/inc/20050120231555563641.pdf>>. Acesso em: 26 set. 12.

HEISLEY, D. D.; LEVY, S. J. Autodriving: a photoelicitation technique. **Journal of Consumer Research**, Gainesville, v. 18, n. 3, p. 257-272, Dec. 1991.

LEVY, S. J. History of qualitative research methods in marketing. In: BELK, Russel W. (Ed.): **Handbook of qualitative research methods in marketing**. Edward Elgar Pub, 2007. p. 3-16.

PRASAD, P. **Crafting qualitative research**: working in the postpositivist traditions. Armonk: M. E. Sharpe, 2005.

RICHARDSON, J. **Handbook of Qualitative research methods for psychology and the social sciences**. 1st. ed. Leicester: BPS Books, 1996.

ROCHA, Â. da; ROCHA, E. Paradigma interpretativo nos estudos de consumo: retrospectiva, reflexões e uma agenda de pesquisas para o Brasil. **Revista de Administração de Empresas** (RAE-Clássicos), São Paulo, v. 47, n. 1, p. 71-80, Jan/Mar 2007.

SWIDLER, A. What anchors cultural practices. I: SCHATZKI, Theodore R.; KNORR-CETINA, Karin; von SAVIGNY, Eike (Eds.). **The practice turn in contemporary theory**. Routledge, 2001.

THIOLLENT, M. **Pesquisa-Ação nas Organizações**. São Paulo: Atlas, 1997.

VAN MAANEN, J. The Fact of Fiction in Organizational Ethnography. **Administrative Science Quarterly**, Ithaca, v. 24, n. 4, p. 539-550, 1979.

WALLENDORF, M.; ARNOULD, E. J. We gather together: consumption rituals of Thanksgiving Day. **Journal of Consumer Research**, Gainesville, v. 18, n. 1, p. 13-31, June 1991.

YIN, R. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina ocorrerá por diversos meios, incluindo:

- Participação em seminários de pesquisa (leitura crítica e discussão de textos).
- Localização e apresentação de pesquisas "modelo" em cada método ou técnica estudada.
- Resenhas.
- Exercícios práticos de aplicação de técnicas e de análise de dados de pesquisas qualitativas.