

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (x) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Evolução da Administração e Contextos Sócio-Econômicos**

Semestre: 2014/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 06716

Requisitos de matrícula:

Professor: Prof. Dr. Luiz Paulo Bignetti e Profa. Dra. Yeda Swirski de Souza

EMENTA

A disciplina oferece a oportunidade de conhecer as principais teorias administrativas e de entender o ambiente sócio-econômico em que elas se desenvolveram. Além das teorias tradicionais que suportam a prática administrativa, discutem-se as novas tendências e os novos autores surgidos nos últimos anos. A disciplina estabelece a base conceitual essencial para que os alunos prossigam seus estudos teóricos e curse as demais disciplinas. Proporciona, também, a oportunidade para que os alunos iniciem suas reflexões sobre a fundamentação teórica de seus projetos de pesquisa.

OBJETIVOS

Compreender e descrever a evolução do pensamento administrativo, comparando entre si as principais abordagens e teorias desenvolvidas e entender o contexto social e econômico em que se desenvolveram.

Analisar as tendências mais recentes dos estudos organizacionais, oferecendo aos alunos a oportunidade de conhecer os pesquisadores atuais mais proeminentes no campo da administração; facilitando, assim, a escolha de possíveis temas para a pesquisa e para a dissertação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Introdução aos Estudos Organizacionais.

A Análise Organizacional e a Representação por Metáforas

A Sociologia das Organizações – Teoria da Burocracia

A Organização Científica e Administrativa do Trabalho

Teoria da Contingência / Estruturalismo

Estratégia, Economia e Organizações

A Abordagem Humana nas Organizações

A Abordagem Institucional e o Neo-Institucionalismo

A Organização como Sistemas Cooperativos
Os Processos Decisórios nas Organizações
A abordagem do Conhecimento Organizacional e o Paradigma da Complexidade
A abordagem da Ecologia das Populações
A abordagem Crítica das Organizações
Debate sobre Imagens da Organização
Análise Geral da Evolução das Teorias Organizacionais

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BARNARD, C. **As funções do executivo**. São Paulo: Atlas, 1979.
- BURRELL, G.; MORGAN, G. **Sociological Paradigms and Organisational Analysis: elements of sociology of corporate life**. Aldershot: Ashgate, 1998.
- CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. (Ed.). **Handbook de Estudos Organizacionais: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 1999.
- FOLLET, M. P. **Profeta do Gerenciamento**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997.
- HANNAN, M.; FREEMAN, J. **Organizational ecology**. Cambridge: Harvard University, 1989.
- MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.
- SAMPSON, A. **O Homem da Companhia: uma história dos executivos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- SELZNICK, P. **A Liderança na administração: uma interpretação sociológica**. Rio de Janeiro: FGV, 1972.
- SIMON, H. A. **Comportamento Administrativo**. Rio de Janeiro: FGV, 1979.
- WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Pioneira, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- AKTOUF, O. **A Administração entre a Tradição e a Renovação**. São Paulo: Atlas, 1996.
- DiMAGGIO, P.; POWELL, W. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality. In: POWELL, Water W.; DiMAGGIO, Paul J. (Ed.). **The New institutionalism in Organizational Analysis**. Chicago: University of Chicago, 1991. p. 63-83.
- DRUCKER, P. **A sociedade pós-capitalista**. São Paulo: Pioneira, 2001.
- DURKHEIM, E. **Da Divisão do Trabalho Social**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- FAYOL, H. **Administração Industrial e Geral**. São Paulo: Atlas, 1968.
- HOMANS, G. **The Human Group**. New Brunswick: Transaction, 1992.

MILLER, S. J.; HICKSON, D.; WILSON, D. C. A Tomada de Decisão nas Organizações. In: CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. (Org.). **Handbook de Estudos Organizacionais: Ação e Análise Organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2004. cap. 11

TAYLOR, F. W. **Princípios de Administração Científica**. São Paulo: Atlas, 1966.

WOODWARD, J. **Organização industrial: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 1977.

ZUCKER, L. Combining institutional theory and population ecology: no legitimacy, no history. **American Sociological Review**, Washington, DC, v. 54, n. 4, p. 542-545, 1989.

AVALIAÇÃO

PROCESSO DE AVALIAÇÃO

- Atividades de avaliação deverão ocorrer ao longo das aulas. A leitura prévia dos textos é requerida. Os participantes devem estar preparados para a discussão dos temas propostos, com base nas leituras recomendadas e outras leituras que possam apoiar a discussão. Os participantes serão convidados a assumir postura ativa ao longo da disciplina, o que significa coordenar seminários, apresentar resenhas de leitura, preparar estudos de caso específicos.
- A presença e participação sistemática nas atividades da disciplina integra a avaliação final. Nota máxima só será atribuída aos participantes que não tiverem faltas ao longo do semestre e que atenderem de forma plenamente satisfatória aos exercícios propostos.
- O trabalho final consiste em apresentação de artigo cuja súmula deverá ser entregue aos professores até 26 de junho e apresentada em seminário no último dia de aula. A proposta do trabalho deve implicar em abordagem investigativa e/ou crítica sobre teorias organizacionais e/ou modelos de gestão no contexto brasileiro. O trabalho final pretende estimular a reflexão sobre o desenvolvimento das organizações e instituições em países de desenvolvimento recente.
- A avaliação do trabalho final observará aspectos atinentes a forma e conteúdo do trabalho.

- 1) Exame Preliminar (20%)
- 2) Exame Intermediário (20%)
- 3) Exame Final (45%)
- 4) Presença e participação (15%)

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Ensino e Aprendizagem em Gestão com o uso de TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação)**

Semestre: 2014/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 6493

Requisitos de matrícula:

Professor: Profa. Dra. Amarolinda Zanela Klein

EMENTA

Concepções epistemológicas e pedagógicas que fundamentam os processos de ensino e de aprendizagem na área de Gestão. Discute o planejamento desses processos, as diferentes modalidades educacionais e estratégias que podem ser adotadas, bem como as TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) que podem ser utilizadas como suporte a esses processos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Paradigmas epistemológicos e paradigmas pedagógicos que fundamentam as práticas educativas
2. Ensino superior na atualidade, papel do docente e do discente no ensino superior
3. Ensino e aprendizagem por competências
4. As diferentes modalidades educacionais (educação presencial, educação a distância, blended learning, mobile learning, etc.)
5. Estratégias de ensino e aprendizagem na área de Gestão
6. TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) para suporte aos processos de ensino e aprendizagem
7. Avaliação dos processos de ensino e de aprendizagem.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ANASTASIOU, L. G. C.; ALVES, L. P. **Processos de Ensino na Universidade: pressupostos para as estratégias de trabalho em aula**. 5. ed. Joinville: UNIVILLE, 2005.

BECKER, F. **A origem do conhecimento e a aprendizagem escolar**. Porto Alegre: Artmed, 2003.

BECKER, F. **A Epistemologia do Professor: o cotidiano da escola**. Petrópolis: Vozes, 1993.

MORAES, M. C. **O paradigma educacional emergente**. Campinas: Papirus, 2003.

MORIN, Edgar. **Os sete saberes necessários a educação do futuro**. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2003.

SACCOL, A. Z. ; SCHLEMMER, Eliane ; BARBOSA, Jorge Luis Victória. **M-learning e U-learning: Novas Perspectivas da Aprendizagem Móvel e Ubíqua**. 1. ed. São Paulo: Pearson Education, 2010. v. 1. 192p .

SCHLEMMER, E. O Trabalho do Professor e as Novas Tecnologias. **Textual**, Porto Alegre, v. 1, n. 8, p. 33-42, 2006. Disponível em: <http://www.sinpro-rs.org.br/textual/set06/artigo_tecnologia.pdf> .

PERRENOUD, P. **Construir as competências desde a escola**. Porto Alegre: ARTMED, 1999.

TORI, R. Cursos híbridos ou blended learning. In: FREDRIC M. Litto; FORMIGA, Marcos. (Org.). **Educação a distância: O Estado da Arte**. São Paulo: PEARSON, 2008, v. 1, p. 121 -.128 (arquivo disponibilizado no dropbox).

ZABALA, Antoni; ARNAU, Laia. **Como aprender e ensinar competências**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CUNHA, Maria Isabel. Ensino como mediação do professor universitário. In: MOROSINI, M. C. (Org.). **Professor do ensino superior: identidade, docência e formação**. Brasília: INEP/MEC, 2000. p. 53-60.

FRY, H.; KETTERIDGE, S.; MARSHALL, S. **A handbook for teaching & learning in higher education**. London: Kogan Page, 2000.

GIL, A. C. **Metodologia do Ensino Superior**. São Paulo: Atlas, 2005.

GODOY, A. S. Avaliação da Aprendizagem no ensino superior: um estudo exploratório a partir das opiniões dos alunos do primeiro e do último ano de três cursos de graduação. **Administração Online**, v. 1, n. 1, jan./mar. 2000. Disponível em: <http://www.fecap.br/adm_online/art11/arilda.htm>. Acesso em: 15 abr. 2010.

MAIA, C.; MATTAR, J. **ABC da EAD**. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2008.

MEC. **Referenciais de Qualidade de EaD para Cursos de Graduação a Distância.** Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/legislacao/refead1.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2008.

MORAES, M. C. **Educar na biologia do amor e da solidariedade.** Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2003.

SANCHO, Juana Maria. De TIC a TAC, El difícil tránsito de una vocal. **Revista Investigación en La Escuela**, n. 64, p. 19-30, 2008.

SCHLEMMER, E. O Trabalho do Professor e as Novas Tecnologias. **Revista Textual**, Porto Alegre, v. 1, n. 8, p. 33-42, 2006.

SCHLEMMER, Eliane. Dos Ambientes Virtuais de Aprendizagem aos Espaços de Convivência Digitais Virtuais ECODIS: O que se mantém? O que se modificou? In: VALENTINI, Carla Beatriz; SOARES, Eliana Mariado Sacramento. (Org.). **E-book Aprendizagem em Ambientes Virtuais: compartilhando ideias e construindo cenários.** 2. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2010, v. 2, p. 145-191. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/aprendizagem-ambientes-virtuais/index>>.

SCHLEMMER, Eliane. Inovações? Tecnológicas? Na educação. In: Mill, Danie Ribeiro Silva; PIMENTEL, Nara Maria. (Org.). **Educação a Distância: desafios contemporâneos.** 1. ed. São Carlos: EDUFCar, 2010. v. 1, p. 71-90.

SCHWARTZMAN, Simon. **Permanência e mudança das universidades.** Disponível em: <<http://www.schwartzman.org.br/simon/permanen.htm>>. Acesso em: 16 mar. 2009.

TREIN, Daiana; SCHLEMMER, Eliane. Projetos de Aprendizagem Baseados em Problema no Contexto da Web 2.0: Possibilidades para a Prática Pedagógica. **Revista e-Curriculum (PUCSP)**, São Paulo, v. 4, 2009. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/curriculum/article/download/3225/2147>>.

VEEN, Wim; VRAKING, Ben. **Homo Zappiens: educando na era digital.** Porto Alegre: Artmed, 2006.

ZABALA, Antoni. **A prática educativa: como ensinar.** Porto Alegre: Artmed, 1998..

AVALIAÇÃO

Participação efetiva nas aulas e entrega pontual das atividades práticas.

Apresentação em Seminário.

Projetos de Aprendizagem.

Micro-Aula (preparação, apresentação, discussão).

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Global Operations**

Semestre: 2014/1

Carga horária total:45h

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da Disciplina: 108746

Requisitos de matrícula:

Professor: Prof. Dr Iuri Gavronski

SUMMARY

Global operations strategy. Global operations planning and design. Global operations execution and control aspects.

OBJECTIVES

The course provides understanding of global issues related to the management of operations. By the end of the course, the student should be able to have a critical view of the state-of-the-art research of the field, encompassing the following abilities:

- Understand the dynamics of operations strategy and apply it to the global context
- Realize the impact of globalization and international trade in firms' operations
- Identify challenges firms face when planning and executing operations' value chain activities globally: transportation, procurement, inbound logistics, production, distribution, and services.
- Be able to identify performance dimensions relevant to global operations: vulnerability, risk, resilience, and sustainability.
- Identify emerging themes in global operations, such as (but not limited to) reverse logistics, service supply chains, and emerging supply chain designs.

CONTENTS

Global operations strategy

Global operations design.

Operations' value chain (OVC): transportation, procurement, inbound logistics, production, distribution, and services.

Management of Multinational Companies (MNCs)

Global operations performance

- Global operations' vulnerability, risk, robustness, and resilience.
- Sustainable supply chains
- Closed-loop supply chains
- Service supply chains
- Emerging supply chain designs

EVALUATION

Students will be required to participate actively in classroom debates. A focused literature review paper is due in the end of the term. An extended abstract of the main ideas of the lit review paper is due in mid-term.

The weights for each dimension of students' assessment are:

- Classroom participation: 30%
- Mid-term extended abstract: 20% (Due June 1st)
- Term paper: 50% (Due August 8, 2013)

REFERENCES

- Bansal, P., & Hoffman, A. J. (2012). **The Oxford handbook of business and the natural environment**. Oxford: Oxford University Press.
- Birkinshaw, J., & Pedersen, T. (2010). Strategy and Management in MNE Subsidiaries. In A. M. Rugman (Ed.), **The Oxford Handbook of International Business** (2 ed., pp. 367-388). Oxford: Oxford University Press.
- Bunyaratavej, K., Doh, J., Hahn, E. D., Lewin, A. Y., & Massini, S. (2011). Conceptual Issues in Services Offshoring Research: A Multidisciplinary Review. **Group & Organization Management**, *36*(1), 70-102. doi: 10.1177/1059601110390996
- Chakravarty, A. K., Ferdows, K., & Singhal, K. (1997). Global Operations and Technology Management: A Note from the Editors of the Special Issue. **Production and Operations Management**, *6*(2), 99-101. doi: 10.1111/j.1937-5956.1997.tb00417.x
- Closs, D. J., & Mollenkopf, D. A. (2004). A global supply chain framework. *Industrial Marketing Management*, *33*(1), 37.
- Cohen, M. A., & Mallik, S. (1997). Global Supply Chains: Research and Applications. **Production and Operations Management**, *6*(3), 193-210. doi: 10.1111/j.1937-5956.1997.tb00426.x
- Cook, L. S., Bowen, D. E., Chase, R. B., Dasu, S., Stewart, D. M., & Tansik, D. A. (2002). Human issues in service design. **Journal of Operations Management**, *20*(2), 159-174. doi: 10.1016/s0272-6963(01)00094-8
- Craighead, C. W., Blackhurst, J., Rungtusanatham, M. J., & Handfield, R. B. (2007). The severity of supply chain disruptions: Design characteristics and mitigation capabilities. **Decision Sciences**, *38*(1), 131-156. doi: 10.1111/j.1540-5915.2007.00151.x
- Dangayach, G. S., & Deshmukh, S. G. (2001). Manufacturing strategy: Literature review and some issues. *International Journal of Operations & Production Management*, *21*(7), 884.
- De Toni, A., Filippini, R., & Forza, C. (1992). Manufacturing Strategy in Global Markets: An Operations Management Model. **International Journal of Operations & Production Management**, *12*(4), 7.

- Dornier, P.-P., Ernst, R., Fender, M., & Kouvelis, P. (1998). **Global operations and logistics : text and cases**. New York: John Wiley & Sons.
- Dunning, J. H., & Lundan, S. M. (2008). **Multinational enterprises and the global economy** (2 ed.). Cheltenham, UK; Northampton, MA: Edward Elgar.
- Dyer, J. H. (1997). Effective interfirm collaboration: how firms minimize transaction costs and maximise transaction value. **Strategic Management Journal**, *18*(7), 535-556.
- Ellram, L. M., Tate, W. L., & Billington, C. (2007). Services Supply Management: The Next Frontier for Improved Organizational Performance. **California Management Review**, *49*(4), 44-66. doi: 10.2307/41166405
- Ettlie, J. E., & Sethuraman, K. (2002). Locus of supply and global manufacturing. **International Journal of Operations & Production Management**, *22*(3), 349-370. doi: 10.1108/01443570210417632
- Ferdows, K. (1997). Made In the World: The Global Spread of Production. **Production and Operations Management**, *6*(2), 102-109. doi: 10.1111/j.1937-5956.1997.tb00418.x
- Fifarek, B. J., & Veloso, F. M. (2010). Offshoring and the global geography of innovation. **Journal of Economic Geography**, *10*(4), 559-578. doi: 10.1093/jeg/lbq013 4
- Gavronski, I. (2012). Resources and Capabilities for Sustainable Operations Strategy. **Journal of Operations and Supply Chain Management**, *5*(Special Issue), [arrumar páginas].
- Gereffi, G. (2006). **The New Offshoring of Jobs and Global Development**. Geneva: International Institute for Labor Studies and International Labor Organization.
- Gereffi, G., & Fernandez-Stark, K. (2011). Global Value Chain Analysis: A primer. Retrieved from http://www.cggc.duke.edu/pdfs/2011-05-31_GVC_analysis_a_primer.pdf
- Ghemawat, P. (2008). **Redefining global strategy : crossing borders in a world where differences still matter** (3 ed.). Boston, Mass.: Harvard Business School Press.
- Griffiths, D. A., & Myers, M. B. (2005). The performance implications of strategic fit of relational norm governance strategies in global supply chain relationships. **Journal of International Business Studies**, *36*(3), 254-269.
- Hult, G. T. M. (2002). Cultural competitiveness in global sourcing. **Industrial Marketing Management**, *31*(1), 25-34. doi: 10.1016/s0019-8501(00)00101-2
- Inemek, A., & Tuna, O. (2009). Global supplier selection strategies and implications for supplier performance: Turkish suppliers' perception. **International Journal of Logistics-Research and Applications**, *12*(5), 381-406. doi: 10.1080/13675560903181543
- Kenney, M., Massini, S., & Murtha, T. P. (2009). Offshoring administrative and technical work: New fields for understanding the global enterprise Introduction. **Journal of International Business Studies**, *40*(6), 887-900. doi: 10.1057/jibs.2009.22
- Khan, O., & Burnes, B. (2007). Risk and supply chain management: creating a research agenda. **International Journal of Logistics Management**, *The*, *18*(2), 197-216. doi: 10.1108/09574090710816931
- Kleindorfer, P. R., & van Wassenhove, L. N. (2004). Managing Risk in Global Supply Chains. In H. Gatignon & J. R. Kimberly (Eds.), **The Alliance on Globalization**. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

- Kotabe, M., & Mudambi, R. (2009). Global sourcing and value creation: Opportunities and challenges. **Journal of International Management**, *15*(2), 121-125. doi: 10.1016/j.intman.2009.03.001
- Kumar, K., van Fenema, P. C., & von Glinow, M. A. (2009). Offshoring and the global distribution of work: Implications for task interdependence theory and practice. **Journal of International Business Studies**, *40*(4), 642-667. doi: 10.1057/jibs.2008.77
- Levina, N., & Su, N. (2008). Global multisourcing strategy: The emergence of a supplier portfolio in services offshoring. **Decision Sciences**, *39*(3), 541-570. doi: 10.1111/j.1540-5915.2008.00202.x
- Lewin, A. Y., & Couto, V. (2007). **Next Generation Offshoring**: The globalization of Innovation: Duke University CIBER/Booz Allen Hamilton Report.
- Mangan, J., Lalwani, C., Butcher, T., & Javadpour, R. (2012). *Global logistics and supply chain management* (2 ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Manning, S., Massini, S., & Lewin, A. Y. (2008). A Dynamic Perspective on Next-Generation Offshoring: The Global Sourcing of Science and Engineering Talent. **Academy of Management Perspectives**, *22*(3), 35-54.
- Melnyk, S. A., Stewart, D. M., & Swink, M. (2004). Metrics and performance measurement in operations management: dealing with the metrics maze. **Journal of Operations Management**, *22*(3), 209-218. doi: 10.1016/j.jom.2004.01.004
- Millington, A. (2009). Responsibility in the Supply Chain. In A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel (Eds.), **The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility** (pp. 363-383). Oxford: Oxford University Press.
- Murray, J. Y., Kotabe, M., & Westjohn, S. A. (2009). **Global Sourcing Strategy and Performance of Knowledge-Intensive Business Services**: A Two-Stage Strategic Fit Model. *Journal of International Marketing*, *17*(4), 90-105.
- Nayak, N. V., & Taylor, J. E. (2009). Offshore Outsourcing in Global Design Networks. **Journal of Management in Engineering**, *25*(4), 177-184. doi: 10.1061/(asce)0742-597x(2009)25:4(177)
- Oshri, I., Kotlarsky, J., Rottman, J. W., & Willcocks, L. L. (2009). Global sourcing: recent trends and issues. **Information Technology & People**, *22*(3), 192-200. doi: 10.1108/09593840910981400
- Paiva, E. L., & Vieira, L. M. (2011). Strategic choices and operations strategy: a multiple cases study. **International Journal of Services and Operations Management**, *10*(2), 119-135.
- Ponte, S., & Gibbon, P. (2005). Quality standards, conventions and the governance of global value chains. **Economy & Society**, *34*(1), 1-31.
- Ritzman, L. P., Krajewski, L. J., Malhotra, M. K., & Klassen, R. D. (2008). **Foundations of Operations Management, Second Canadian Edition**. Toronto: Prentice Hall Canada.
- Roy, S., & Sivakumar, K. (2011). Managing Intellectual Property in Global Outsourcing for Innovation Generation. **Journal of Product Innovation Management**, *28*(1), 48-62. doi: 10.1111/j.1540-5885.2010.00780.x
- Rugman, A. M. (Ed.). (2010). **The Oxford handbook of international business** (2 ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Sampson, S. E., & Froehle, C. M. (2009). Foundations and Implications of a Proposed Unified Services Theory. **Production and Operations Management**, *15*(2), 329-343. doi: 10.1111/j.1937-5956.2006.tb00248.x

Sanders, N. R. (2012). **Supply chain management : a global perspective**. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Scherer, A. G., & Palazzo, G. (2009). Globalization and Corporate Social Responsibility. In A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel (Eds.), **The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility** (pp. 413-431). Oxford: Oxford University Press.

Sidhu, J. S., & Volberda, H. W. (2011). Coordination of globally distributed teams: A co-evolution perspective on offshoring. **International Business Review**, *20*(3), 278-290. doi: 10.1016/j.ibusrev.2011.01.006

Swirski de Souza, Y., Jacobus, A., & Gavronski, I. (2013). *Global Sourcing of Knowledge Services and Innovation: a literature review*. UNISINOS. Working Paper.

Turner, L. G. (2011). Quality in health care and globalization of health services: accreditation and regulatory oversight of medical tourism companies. **International Journal for Quality in Health Care**, *23*(1), 1-7. doi: 10.1093/intqhc/mzq078

Vachon, S. (2010). International Operations and Sustainable Development: Should National Culture Matter? **Sustainable Development**, *18*(6), 350-361. doi: 10.1002/sd.398

Westney, D. E., & Zaheer, S. (2010). The Multinational Enterprise as an Organization. In A. M. Rugman (Ed.), **The Oxford Handbook of International Business** (2 ed., pp. 341-366). Oxford: Oxford University Press.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Marketing Estratégico**

Semestre: 2014/1

Carga horária: 45h-a

Créditos: 03

Área temática: ADMMKT

Código da disciplina: 008164

Requisitos de matrícula:

Professores: Prof. Dr. Celso Augusto de Matos e Prof. Dr. Guilherme Trez

EMENTA:

Esta disciplina aborda o processo estratégico em marketing. Para possibilitar a compreensão da natureza deste processo, são discutidos o papel do marketing na discussão da estratégia organizacional; a orientação das organizações para o mercado; a importância do cliente; as estratégias de marketing e as conseqüências decorrentes da sua implementação; e a interface entre as estratégias de marketing e estratégias de outras áreas funcionais.

Objetivos:

Analisar o contexto em que se desenvolvem as estratégias de marketing.

Identificar fatores intervenientes e determinantes na definição de estratégias de marketing.

Compreender como as estratégias mercadológicas são influenciadas pelo ambiente de marketing, com especial destaque para os clientes, e pelos recursos e competências disponíveis, em consonância com as demais estratégias organizacionais.

Compreender e analisar criticamente o impacto das diferentes estratégias de marketing sobre a performance financeira e de mercado da organização.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Estratégia e Marketing: Escopo e definições

Introdução ao Marketing Estratégico

A contribuição do Marketing para a Estratégia

Recursos e Capacidades de Marketing

Orientação para o mercado e Marketing de Relacionamento

Marketing estratégico no contexto de marketing de serviços

Métricas de Marketing e Desempenho

Resumos dos artigos e perguntas:

Deverá ser entregue pelo aluno no início de cada aula um resumo crítico da bibliografia lida para o respectivo encontro. O resumo não deve ultrapassar 1 página. Não serão aceitos resumos em outra data ou horário. Além disso, cada aluno deve incluir, ao final do resumo, uma pergunta para fomentar a discussão.

Apresentação e discussão dos artigos:

Para cada aula haverá um ou dois alunos responsáveis por apresentar e fomentar a discussão dos artigos selecionados. A discussão ocorrerá concomitantemente com a apresentação do artigo, orientada pelo professor. A apresentação deverá ser objetiva e concisa, porém abrangente. Deverá percorrer os principais elementos da estrutura do artigo, principal contribuição (motivo pelo qual ele foi publicado), modelo teórico (quando aplicável), representatividade do artigo para o *Marketing Estratégico* e os resultados principais.

Artigo final:

Uma proposta do artigo com pelo menos 5 páginas deve ser entregue no dia 08/06. A data para entregar a versão final do artigo será definida ao longo do semestre. O artigo final deve ser formatado de acordo com as normas do ENANPAD.

CRONOGRAMA E BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AULA 1 – 16/03: Apresentação geral da disciplina

- Apresentação geral: estrutura, acordos e questões administrativas, além do grupo de pesquisa e projetos de pesquisa em andamento.

AULA 2 – 23/03: Estratégia Corporativa, de negócios e de marketing

- Varadarajan, P. Rajan; Jayachandran, S. Marketing Strategy: An Assessment of the State of the Field and Outlook, *Journal of the Academy of Marketing Science*, v.27, n.2, p.120-143, 1999.

AULA 3 – 06/04: Marketing Estratégico e Estratégias de Marketing

- Varadarajan, R. Strategic marketing and marketing strategy: domain, definition, fundamental issues and foundational premises. *Journal of the Academy of Marketing Science*, v.38, n.2, p.119-140, 2010.

AULA 4 – 13/04: A Evolução do Pensamento em Marketing

- Wilkie, W.L.; Moore, E.S. Scholarly Research in Marketing: Exploring the “4 Eras” of Thought Development. *Journal of Public Policy and Marketing*, v.22, n.2, p.116-146, 2003.
- Achrol, R; Kotler, P. Frontiers of the marketing paradigm in the third millennium *Journal of the Academy of Marketing Science*, v.40, n.1, p.35-52, 2012.

AULA 5 – 20/04: Orientação para Mercado

- Kohli, AK.; Jaworski, B. Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications, *Journal of Marketing*, v.54 (April), p.1–18, 1990.
- Narver, JC.; Slater, SF. The Effect of Market Orientation on Business Profitability, *Journal of Marketing*, v.54 (October), p.20–35, 1990.

AULA 6 – 27/04: Marketing de Relacionamento

- Dwyer, RF; Schurr, PH; Oh, S. Developing Buyer–Seller Relationships, *Journal of Marketing*, v.51 (April), 11–27, 1987.
- Palmatier, RW; Dant, RP; Grewal, D; Evans, KR. Factors Influencing the Effectiveness of Relationship Marketing: A Meta-Analysis. *Journal of Marketing*, v.70, n.4, p.136-153, 2006. [artigo premiado com o 2011 Louis W. Stern Award, pela AMA]

AULA 7 – 04/05: Recursos e Capacidades de Marketing

- Crook, TR; Ketchen, DJ; Combs, JG; Todd, SY. Strategic resources and performance: a meta-analysis. *Strategic Management Journal*, v.29, n.11, p.1141–1154, 2008.
- Day, GS. The capabilities of market-driven organizations. *Journal of Marketing* v.58, n.4, p.37-52, 1994.

AULA 8 – 18/05: Marketing Estratégico e Estratégia Corporativa

- Slater, SF; Olson, EM. Marketing's Contribution to the Implementation of Business Strategy: An Empirical Analysis, *Strategic Management Journal*, v.22, n.11, p.1055-1067, 2001.
- Day, GS. Marketing's Contribution to the Strategy Dialogue, *Journal of the Academy of Marketing Science*, v.20, n.4, p.323-329, 1992.

AULA 9 – 25/05: Planejamento e Execução da Estratégia

- Moorman, C; Minor, AS. The Convergence of Planning and Execution: Improvisation in New Product Development, *Journal of Marketing*, v.62 (July), p.1-20, 1998.
- Menon, A; Bharadwaj, SG.; Adidam; PT; Edison, SW. Antecedents and Consequences of Marketing Strategy Making: A Model and A Test, *Journal of Marketing*, v.63, n.2, p.18-40, 1999.

AULA 10 – 08/06: Planejamento e Execução da Estratégia

- Noble, CE.; Mokwa, M. Implementing marketing strategies: developing and testing a managerial theory. *Journal of Marketing*, v.63, n.4, p.57-73, 1999.

- Slater, SF; Hult, GTM; Olson, EM. Factors influencing the relative importance of marketing strategy creativity and marketing strategy implementation effectiveness. *Industrial Marketing Management*, v.39, n.4, p.551-559, 2010.

AULA 11 – 15/06: Marketing Strategy Behaviors: competition, cooperation

- Bengtsson, M; Kock, S. Cooperation and competition in relationships between competitors in business networks. *Journal of Business & Industrial Marketing*, v.14, n.3, p.178-193, 1999.
- Bengtsson, M; Eriksson, J.; Wincent, J. Co-opetition dynamics – an outline for further inquiry. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, v.20, n.2, p.194-214, 2010. [Special Issue: Changing paradigms in competition and competitiveness]

AULA 12 – 22/06: Marketing de Serviços

- Zeithaml, VA; Parasuraman, A; Berry, LL. Problems and Strategies in Services Marketing, *Journal of Marketing*, v.49, n.2, p. 33-46, 1985.
- Brown, SW; Fisk, RP; Bitner, MJ. The Development and Emergence of Services Marketing Thought, *International Journal of Service Industry Management*, v.5, n.1, p.21-48, 1994.

AULA 13 – 29/06: Marketing de Serviços

- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 1–17.
- Ostrom, Amy L; et al. Moving forward and making a difference: research priorities for the science of service. *Journal of Service Research*, v.13, n.1, p.4-36, 2010.

AULA 14 – 06/07: Marketing Metrics

- Rust, RT; Lemon, KN; Zeithaml, VA. Return on marketing: Using customer equity to focus marketing strategy. *Journal of Marketing*, v.68, n.1, p. 109-127, 2004.
- Wiesel, T., Skiera, B., & Villanueva, J. (2008). Customer equity: An integral part of financial reporting. *Journal of Marketing*, 72(2), 1–14.

AULA 15 – 13/07: Marketing Metrics e Performance

- Mintz, O.; Currim, IS. What Drives Managerial Use of Marketing and Financial Metrics and Does Metric Use Affect Performance of Marketing-Mix Activities? *Journal of Marketing*, v.77, n.2, p.17-40, 2013.
- Morgan, NA. Marketing and Business Performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, v.40, n.1, p.102-119, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION (AMA), Marketing Doctoral Students SIG (DOCSIG). **Reading Lists**. Disponível em <www.docsig.org>. Acesso em 10 jan 14.

HULT, G. T. M. Toward a theory of the boundary-spanning marketing organization and insights from 31 organization theories. **Journal of the Academy of Marketing Science**, Greenvale, v. 39, n. 4, p. 509–536, 2011.

HUNT, S. D.; LAMBE, C. J. Marketing's Contribution to Business Strategy: Market Orientation, Relationship Marketing and Resource-advantage Theory. **International Journal of Management Reviews**, v. 2, n. 1, p. 17-23, 2000.

JAIN, D.; SINGH, S. Customer Lifetime Value Research in Marketing: A Review and Future Directions. **Journal of Interactive Marketing**, v. 16, n. 2, p. 34-46, 2002.

KELLER, K.L. Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-based Brand Equity. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 57, n. 1, p. 1-22, 1993.

KOHLI, A. K.; JAWORSKI, B. J. Market Orientation: The Construct, Research, Propositions, and Managerial Implications, **Journal of Marketing**, Chicago, v. 54, p. 1-18, 1990.

MENON, A. et al. Antecedents and Consequences of Marketing Strategy Making: A Model and A Test. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 63, n. 2, p. 18-40, 1999.

MORGAN, N. A., & REGO, L. L. Brand portfolio strategy and firm performance. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 73, n. 1, p. 59-74, 2009.

NOBLE, C.E.; MOKWA, M. Implementing marketing strategies: developing and testing a managerial theory. **Journal of Marketing**, v. 63, n. 4, p. 57-73, 1999.

SHETH, J. N., NEWMAN, B.I. et al. Why we buy what we buy: A theory of consumption values. **Journal of Business Research**, Athens, v. 22, n. 2, p. 159-170, 1991.

TRIM, P. R. J.; LEE, Y.-I. A strategic marketing intelligence and multi-organisational resilience framework. **European Journal of Marketing**, Bradford, v. 42, n. 7/8, p. 731-745, 2008.

URDAN, AT; URDAN, F.T. **Marketing Estratégico no Brasil: Teoria e Aplicações**. São Paulo: Atlas, 2011.

VARADARAJAN, P. Rajan. Strategy Content and Process Perspectives Revisited, **Journal of the Academy of Marketing Science**, Greenvale, v. 27 (Winter), p. 88-100, 1999.

VARADARAJAN, P.R; JAYACHANDRAN, S. Marketing Strategy: An Assessment of the State of the Field and Outlook, **Journal of the Academy of Marketing Science**, Greenvale v. 27, p. 120-143, 1999.

WOODRUFF, R. B. Customer value: The next source for competitive advantage. **Journal of the Academy of Marketing Science**, Greenvale, v. 25, n. 2, p. 139-153. 1997.

**** DICAS PARA PUBLICAR EM MARKETING:**

LEVY, M.; GREWAL, D. Publishing perspectives from the editors. **Journal of Retailing**, New York, v. 83, n. 3, p. 247-252, 2007.

STEWART, DW. The role of method: some parting thoughts from a departing editor. **Journal of the Academy of Marketing Science**, Greenvale, v. 37, p. 381-383, 2009.

VARADARAJAN, PR. From the editor: Reflections on research and publishing. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 60, n. 4, p. 3-6, 1996.

**** TOP JOURNALS IN MARKETING:**

- Journal of Marketing (JM)
- Journal of Marketing Research (JMR)
- Journal of Consumer Research (JCR)
- Marketing Science (MS)
- Journal of the Academy of Marketing Science (JAMS)
- Journal of Service Research (JSR)

AVALIAÇÃO:

Apresentação dos artigos (seminários)	25%
Resumo crítico dos artigos	10%
Proposta de artigo final	25%
Artigo final	40%

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Metodologia da Pesquisa**

Semestre: 2014/1

Carga horária: 45h

Créditos: 03

Área temática: ADM

Código da disciplina: 006715

Requisitos de matrícula:

Professores: Prof. Dr. Rafael Teixeira e Prof. Dr. Norberto Hoppen

EMENTA

A disciplina visa a promover a compreensão do Método Científico, além de instrumentalizar a elaboração de um projeto de pesquisa que seja coerente com a proposta de construção do conhecimento científico.

Objetivos:

Geral:

Desenvolver conhecimentos, habilidades e atitudes relacionadas à atividade de pesquisa científica na área de Administração, tornando o mestrando apto planejar, executar e avaliar pesquisas em administração.

Específicos:

Desenvolver o conhecimento sobre os pressupostos epistemológicos da pesquisa científica na área de Administração

Desenvolver os conhecimentos sobre os procedimentos metodológicos e os métodos de pesquisa reconhecidos na área de Administração

Desenvolver a competência para elaborar um projeto de pesquisa em nível de mestrado

Desenvolver a competência para avaliar projetos de pesquisa na área de Administração.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Introdução à teoria

Paradigmas de Pesquisa em Administração

Projetos de Pesquisa (Estrutura, processo de desenvolvimento e critérios de qualidade)

Revisão da literatura

Lógica da pesquisa quantitativa

Métodos de Pesquisa quantitativa: A pesquisa experimental, a pesquisa Survey, a pesquisa com dados secundários.

Técnicas de coleta de dados

Técnicas de análise de dados

Método:

Aulas expositivo-dialogadas

Seminários

Elaboração de projeto de pesquisa

Avaliação de projetos de pesquisa de mestrado entre pares

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ALLPSYCH. Material disponível online em

<http://allpsych.com/researchmethods/experimentaldesign.html>

BASKERVILLE. R.; MYERS, M. Special Issue on Action Research in Information Systems: making is relevant to practice. **MIS Quartely**, Minneapolis, v. 28, n. 3, p. 329-335, 2004.

BUSSE, C. A procedure for secondary data analysis: innovation by logistics service providers. **Journal of Supply Chain Management**, Tempe, October, 2010.

CALANTONE, R. J.; VICKERY, S. K. Introduction to the special topic fórum: using archival and secondary data sources in supply chain management research. **Journal of Supply Chain Management**, Bradford, October. 2010.

CRESWELL, J. W. **Research Design**: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Thousand Oaks: Sage Publication, 2003.

DILLMAN, D.A. **Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method**. New Jersey: John Wiley & Sons. 2007.

JESSON, J. K.; MATHESON, L.; LACEY, F. M. **Doing your Literature Review: Traditional and Systematic Techniques**. London: Sage, 2011.

KERLINGER, F. N.; LEE, H.B. **Foundations of Behavioral Research**. Thomson Learning, 2000.

LOEBLER, M.; HOPPEN, N. O uso da informação e estratégias de decisão na interação com um Sistema de Apoio à Decisão. Rio de Janeiro, **Anais do XXIX Encontro Nacional da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração – ANPAD**, 2005.

MALHOTRA, M. K.; GROVER, V. An assessment of survey research in POM: from constructs to theory. **Journal of Operations Management**, Amsterdam, v. 16, p. 407-425, 1998.

NIQUE, W.; LADEIRA, W. **Pesquisa de marketing: uma orientação para o mercado brasileiro**. São Paulo: Atlas, 2013.

O'REALLY-KELLY, S. W.; VOKURKA, R. J. The empirical assessment of construct validity. **Journal of Operations Management**, Amsterdam, v. 16, p. 387-405, 1998.

OSBORNE, J. W. **Best Practices in Data Cleaning**. Thousand Oaks, California: Sage. 2013.

SCHWAB, D. P. A model of empirical research. In: _____. **Research Methods for Organizational Studies**. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1999. p. 13-28

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ALVESSON, M.; DEETZ. Teoria Crítica e abordagens pós-modernas em estudos organizacionais. In: CLEGG, Stewart R.; HARDY, Cynthia; NORD, Walter R. **Handbook de Estudos Organizacionais: reflexões e novas direções**. São Paulo: Atlas, 2001. p. 93-117.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Martins Fontes, 1977. 225 p.

CROTTY, M. **The Foundations of Social Research: meaning and perspective in the research process**. London: Sage, 1998.

FREITAS, Henrique et al. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração da USP (RAUSP)**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 105–112, jul./set. 2000.

HAIR JR., Joseph et al. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. p. 211-235

KLEIN, Heinz K.; MYERS, Michael D. A set of principles for conducting and evaluating Interpretive Field Studies in Information Systems. **MIS Quartely**, Minneapolis, v. 23, n. 1, p. 67-94, Mar. 1999.

MILES, Matthew; HUBERMAN, A. Michael. **Qualitative Data Analysis: an expanded sourcebook**. 2. ed. Thousand Oaks: Sage, 1994.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Um discurso sobre as ciências na transição para uma ciência pós-moderna. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 46-71, 1988. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v2n2/v2n2a07.pdf>>. Acesso em: 15 jun. 2009.

SELLTIZ, C.; WRIGHTZMAN, L.; COOK, S. **Métodos de Pesquisa nas relações sociais**. 2. ed. São Paulo, EPU: 1987.

SELLTIZ, Claire. **Métodos de Pesquisa das relações Sociais**. São Paulo: USP, 1972.

WALSHAM, Geoff. Interpreting case studies in IS research. **European Journal of Information Systems**, Houndmills, v. 4, n. 2, p. 74-81, 1995.

AVALIAÇÃO

FORMAS DE AVALIAÇÃO E OUTRAS COMBINAÇÕES DA DISCIPLINA

Instrumentos de Avaliação da Disciplina	Valor
Faltas (5 pontos por cada falta, 3 faltas no total)	15
Participação em aula (1 ponto por aula dada em que o aluno fala, sem contar os encontros de avaliação, etc.)	13
Participação no congresso simulado	7
Trabalho final	40
Prova	25
TOTAL	100

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Métodos Qualitativos de Pesquisa**

Semestre: 2014/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina:

Requisitos de matrícula:

Professor: Profa. Dra. Amarolinda Zanela 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.

GEE, J. **How to do discourse analysis: a toolkit**. New York: Routledge, 2011.

GIBBS, G. **Análise de dados qualitativos**. São Paulo: Artmed, 2008.

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.

BABOUR, R. **Grupos Focais**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

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.

CAYLA J., ARNOULD, E. Ethnographic Stories for Market Learning. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 77, p. 1-16, 2013.

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.

HACKLEY, C. **Doing Research Projects in Marketing, Management and Consumer Research**. London: Routledge, 2003.

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.

SACCOL, A. Z. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em Administração. **Revista de Administração da UFSM**, Santa Maria, v. 2, n. 2, art. 6, p. 250-269, 2009.

SCHOUTEN, J. W.; ALEXANDER, J. M. C. Subcultures of Consumption: An Ethnography of the New Bikers. **Journal of Consumer Research**, Gainesville, v. 22, n. 1, 1995.

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.

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.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Tópicos Especiais: Produção de Artigos Científicos**

Semestre: 2014/1

Carga horária total: 15

Créditos: 1

Área temática: Pesquisa e Publicação em Administração

Código da disciplina: 007140_T19

Requisitos de matrícula:

Professores: Prof. Dr. Iuri Gavronski e Profa. Dra. Claudia Cristina Bitencourt

EMENTA

Dentre os principais objetivos dos Programas de Pós-Graduação estão a produção e a disseminação do conhecimento. Para isso, além do aprofundamento teórico-científico, pertinente a cada área de estudo, está a necessidade do desenvolvimento das habilidades técnicas para a produção de teses, dissertações, projetos e artigos científicos.

OBJETIVOS

Capacitar tecnicamente os participantes para:

- O uso de ferramentas de apoio à pesquisa;
- Estruturar artigos científicos;
- Conhecer os processos de avaliações e submissões de artigos científicos;
- Identificar o adequado uso de normas técnicas em trabalhos científicos;
- Compreender a estrutura do ambiente de pesquisa brasileiro (PPGs, CnPQ, FAPERGS, CAPES, etc)

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

TEMA	CARGA HORÁRIA		OBS:	INSTRUTORES
Como estruturar artigos científicos	3	02/06 2ª. Feira 19:15 às 22:00	Apresentação dos requisitos essenciais organização de artigos científicos	Prof. Celso Matos
Base de Dados	3	03/06 3ª. feira 19:15 às 22:00	Apresentação e uso das principais ferramentas de pesquisa de base de dados. (Web of Knowledge, EBSCO, Emerald)	Jefferson Monticelli Maitê Brahm
Gerenciadores Bibliográficos	3	04/06 4ª. Feira 19:15 às 22:00	Apresentação e uso dos principais gerenciadores bibliográficos. (Mendeley, EndNote, Papers)	Prof. Guilherme Trez Prof. Iuri Gavronski Silvio Vasconcellos
Submissão e avaliação de artigos	3	05/06 5ª. Feira 19:15 às 22:00	A prática da avaliação e da submissão de artigos	Prof. Rafael Teixeira
Revisão de Artigos	1,5	06/06 6ª. Feira 19:15 às 20:30	O papel de um revisor de artigos	Prof. Iuri Gavronski
O ambiente de pesquisa brasileiro	1,5	06/06 6ª. Feira 20:45 às 22:00	O ambiente de pesquisa brasileiro (Órgãos reguladores, Órgãos de fomento, projetos de pesquisa, avaliações dos PPGs, produção discente)	Profª. Luciana Vieira
Total	15 horas			

REQUISITOS

- Não há.

OBSERVAÇÕES:

- Todo o material utilizado será disponibilizado no Moodle.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARLEY, S. When I Write My Masterpiece: Thoughts on What Makes a Paper Interesting. **Academy of Management Journal**, Champaign, v. 49, n. 1, p. 16-20.

BILLSBERRY, J. Desk-Rejects: 10 Top Tips to Avoid the Cull. **Journal of Management Education**, Lancaster, v. 38, n. 1, p. 3-9. 2014.

GELETKANYCZ, M.; TEPPER, B. J. Publishing in AMJ—Part 6: Discussing the Implications. **Academy of Management Journal**, Champaign, v. 55, n. 2, p. 256-260, 2012.

GEORGE, G. Publishing in AMJ for Non-U.S. Authors. **Academy of Management Journal**, Champaign, v. 55, n. 5, p. 1023-1026. October 1, 2012.

GRANT, A. M.; POLLOCK, T. G. Publishing in AMJ—Part 3: Setting the Hook. **Academy of Management Journal**, Champaign, v. 54, n. 5, p. 873-879. October 1, 2011.

LINTON, J. D. Academic dishonesty primer: How to avoid it—Advice for authors. **Technovation**, Essex, v. 34, n. 1, p. 1-2, 2014.

POLLOCK, T. G.; BONO, J. E. Being Scheherazade: The Importance of Storytelling in Academic Writing. **Academy of Management Journal**, Champaign, v. 56, n. 3, p. 629-634. June 1, 2013.

RAGINS, B. R. Editor's Comments: Reflections on the Craft of Clear Writing. **Academy of Management Review**, Champaign, v. 37, n. 4, p. 493-501. 2012.

SHAW, J. D. From the editors: Responding to reviewers. **Academy of Management Journal**, Champaign, v. 55, n. 6, p. 1261-1263. 2012.

SILVER, E. A. Some ideas on enhancing research productivity. **International Journal of Production Economics**, Amsterdam, v. 118, n. 1, p. 352-360, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AGUINIS, H.; VANDENBERG, R. J. An Ounce of Prevention Is Worth a Pound of Cure: Improving Research Quality Before Data Collection. **Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior**, v. 1, n. 1, p. 569-595. 2014.

BANSAL, P.; CORLEY, K. Publishing in AMJ—Part 7: What's Different about Qualitative Research? **Academy of Management Journal**, Champaign, v. 55, n. 3, p. 509-513. June 1, 2012.

BEDEIAN, A. G. Peer Review and the Social Construction of Knowledge in the Management Discipline. **Academy of Management Learning & Education**, Briarcliff Manor, v. 3, n. 2, p. 198-216. June 1, 2004.

BONO, J. E.; MCNAMARA, G. Publishing in AMJ—Part 2: Research Design. **Academy of Management Journal**, Champaign, v. 54, n. 4, p. 657-660, 2011.

CALIGIURI, P.; THOMAS, D. C. From the Editors: How to write a high-quality review. **Journal of International Business Studies**, Columbia, v. 44, n. 6, p. 547-553, 2013.

COLQUITT, J. A. Data Overlap Policies at AMJ. **Academy of Management Journal**, Champaign, v. 56, n. 2, p. 331-333. 2013.

COLQUITT, J. A. Crafting References in AMJ Submissions. **Academy of Management Journal**, Champaign, v. 56, n. 5, p. 1221-1224, October 1, 2013.

COLQUITT, J. A.; GEORGE, G. Publishing in AMJ—Part 1: Topic Choice. **Academy of Management Journal**, Champaign, v. 54, n. 3, p. 432-435, June 1, 2011.

COLQUITT, J. A.; ZAPATA-PHELAN, C. P. Trends in Theory Building and Theory Testing: A Five-Decade Study of the Academy of Management Journal. **Academy of Management Journal**, Champaign, v. 50, n. 6, p. 1281-1303. December 1, 2007, 2007.

CORLEY, K. G.; GIOIA, D. A. Building Theory about Theory Building: What Constitutes a Theoretical Contribution? **Academy of Management Review**, Mississippi, v. 36, n. 1, p. 12-32. January 1, 2011.

EDMONDSON, A. MCMANUS, S. Methodological Fit in Management Field Research. **Academy of Management Review**, Mississippi, v. 32, n. 4, p. 1155-1179. 2007.

HILLMAN, A. Editor's Comments: What Is the Future of Theory? **Academy of Management Review**, Mississippi, v. 36, n. 4, p. 606-608. 2011.

KERR, N. L. HARKing: Hypothesizing After the Results are Known. **Personality and Social Psychology Review**, v. 2, n. 3, p. 196-217, 1998.

LEPINE, J. A.; WILCOX-KING, A. Editors' Comments: Developing Novel Theoretical Insight from Reviews of Existing Theory and Research. **Academy of Management Review**, Mississippi, v. 35, n. 4, p. 506-509, 2010.

MAYER, K. J.; SPARROWE, R. T. Integrating Theories in AMJ Articles. **Academy of Management Journal**, Mississippi, v. 56, n. 4, p. 917-922. 2013.

O'BOYLE, E. H.; BANKS, G. C.; GONZALEZ-MULÉ, E. The Chrysalis Effect: How Ugly Initial Results Metamorphosize Into Beautiful Articles. **Journal of Management**, Stillwater, 2014.

OKHUYSEN, G.; BONARDI, J.-P. The Challenges of Building Theory by Combining Lenses. **Academy of Management Review**, Mississippi, v. 36, n. 1, p. 6-11, 2011.

RYNES, S.; GEPHART, R. P. Qualitative research and the AOM. **Academy of Management Journal**, Mississippi, v. 47, n. 4, p. 454-462. 2004.

SHAH, S. K.; CORLEY, K. G. Building better theory by bridging the quantitative-qualitative divide. **Journal of Management Studies**, Oxford, v. 43, n. 8, p. 1821-1835, 2006.

SMITHEY FULMER, I. Editor's Comments: The Craft of Writing Theory Articles--Variety and Similarity in AMR. **Academy of Management Review**, Mississippi, v. 37, n. 3, p. 327-331. 2012.

SPARROWE, R. T.; MAYER, K. J. Publishing in AMJ—Part 4: Grounding Hypotheses. **Academy of Management Journal**, Champaign, v. 54, n. 6, p. 1098-1102. December 1, 2011.

SUDDABY, R. Editor's Comments: Construct Clarity in Theories of Management and Organization. **Academy of Management Review**, Mississippi, v. 35, n. 3, p. 346-357. July 1, 2010, 2010.

SUTTON, R. I.; STAW, B. M. What theory is not. **Administrative Science Quarterly**, Ithaca, v. 40, n. 3, p. 371. 1995.

WACKER, J. G. A definition of theory: research guidelines for different theory-building research methods in operations management. **Journal of Operations Management**, Amsterdam, v. 16, n. 4, p. 361-385, 1998.

WHETTEN, D. A. What Constitutes a Theoretical Contribution? **Academy of Management Review**, Mississippi, v. 14, n. 4, p. 490-495, 1989.

ZHANG, Y.; SHAW, J. D. Publishing in AMJ—Part 5: Crafting the Methods and Results. **Academy of Management Journal**, Mississippi, v. 55, n. 1, p. 8-12. February 1, 2012.

AVALIAÇÃO

- A aprovação estará vinculada a presença mínima exigida (75%)