

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

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

Semestre: 2015/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 006493

Professor: Profa. Dra. Amarolinda Zanela Klein

EMENTA

A disciplina aborda as 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.

AVALIAÇÃO

Participação efetiva nas aulas e entrega pontual das atividades práticas.

Apresentação em Seminário.

Projetos de Aprendizagem.

Exercícios e mapas conceituais.

Micro-Aula (preparação, apresentação, discussão).

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.

BATES, T. **Teaching in a digital age.** Open Book, 2015.

BECKER, F. **Educação e construção do conhecimento.** Porto Alegre, Artmed: 2001.

COSENZA, R.; GUERRA, L. **Neurociência e educação:** como o cérebro aprende. Porto Alegre: Artmed, 2011.

GIL, A. C. **Metodologia do ensino superior.** São Paulo: Atlas, 2005.

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

PALLOF R. M.; PRATT, K. **O aluno virtual:** um guia para trabalhar com estudantes online. Porto Alegre: Artmed, 2004.

PIAGET, J. Development and learning. In: GAUVIN, M.; COLE, M. (Ed.) **Readings in the development of children.** 2nd ed. New York: Freeman, 1997.

SCHLEMMER, E. Formação de professores na modalidade online: experiências e reflexões sobre a criação de espaços de convivência digitais virtuais ECODIs. **Em Aberto**, v. 23, p. 99-122, 2010.

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

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

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

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRASIL. Ministério da Educação MEC. **Referenciais de qualidade de ead para cursos de graduação a distância (2007)**. Brasília, DF, 2007. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/legislacao/refead1.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2008.

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

GRILLO, M. et al. **A gestão da aula universitária na PUCRS**. Porto Alegre: Ed. PUCRS, 2008.

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

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

SACCOL, A. Z.; SCHLEMMER, E.; BARBOSA, J. L. V. **M-learning e u-learning: novas perspectivas da aprendizagem móvel e ubíqua**. São Paulo: Pearson Education, 2010. v. 1.

SCHLEMMER, E. O trabalho do professor e as novas tecnologias. **Revista Textual**, [S.l.], v. 1, n. 8, p. 33-42, 2006.

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**, Porto Alegre, v. 4, n. 2, jun. 2009. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/curriculum/article/download/3225/2147>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: Evolução da Administração e Contextos Sócio-Econômicos

Semestre: 2015/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 006716

Professor: 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 cursem as demais disciplinas. Proporciona, também, a oportunidade para que os alunos iniciem suas reflexões sobre a fundamentação teórica de seus projetos de pesquisa.

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

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.

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%)

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARNARD, C. **As funções do executivo**. São Paulo: Atlas, 1979.

BURREL, G.; MORGAN, G. **Sociological paradigms and organisational analysis: elements of sociology of corporate life**. Aldershot: Ashgate, 1998.

CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. (Eed.). **Handbook de estudos organizacionais: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 1999.

FOLLET, M. P. **Profeta do gGerenciamento**. 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 cCompanhia: 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 Aadministrativo**. 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.

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, v. 54, n. 4, p. 542-545, 1989.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: Gestão de Redes e Relações Interorganizacionais

Semestre: 2015/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 093398

Professores: Alsones Balestrin e Douglas Wegner

EMENTA

Gestão de redes de cooperação e relações interorganizacionais em sua diversidade de arranjos (redes de empresas – verticais e horizontais, clusters, pólos tecnológicos, distritos industriais, consórcios, cadeias produtivas, sistemas produtivos locais). A disciplina está voltada ao aprofundamento das dimensões teóricas sobre a formação, o funcionamento e a gestão das redes e relações interorganizacionais.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Contextualização do tema sobre redes de cooperação e relações interorganizacionais.

Relevância acadêmica do tema para as teorias organizacionais.

Transformações Econômicas e a Evolução da economia da cooperação.

Relações Interorganizacionais e Economia dos Custos de Transação

Estratégias Coletivas

Resultados das redes e Ganhos Competitivos

Conhecimento e Aprendizagem Coletiva

Redes de Inovação e Inovação em Rede

Inovação aberta e Colaborativa

Criação e Desenvolvimento de Redes de Cooperação

Tipologias de redes

Gestão de Redes: Instrumentos contratuais e Instrumentos Sociais

Análise de redes sociais na pesquisa de redes.

METODOLOGIA

- Aula expositiva-dialogada
- Seminários
- Discussão de artigos

AVALIAÇÃO

- Participação em aula - 20% - individual
- Apresentação de artigos/participação em aula - 30% - em dupla, em aulas a serem definidas
- Trabalho final (*paper*) - 50% - individual, a ser entregue no final da disciplina

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, Jorge. **Redes de cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHESBROUGH, Henry W. The era of open innovation. **MIT Sloan Management Review**, [S.l.], v. 44, n. 3, p. 33-41, 2003.

DYER, Jeffrey; SINGH, Harbir. The relational view: cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. **Academy of Management Review**, New York, v. 23, n. 4, p. 660-679, 1998.

GRANDORI, Anna; SODA, Giuseppe. Inter-firm networks: antecedents, mechanisms and forms. **Organization Studies**, New York, v. 16, n. 2, p.183-214, 1995.

GULATI, Ranjay; NOHRIA, Nitin; ZAHEER, Akbar. Strategic networks. **Strategic Management Journal**, Hoboken, v. 21, n. 3, p. 203-215, 2000.

JARILLO, Carlos. **Strategic networks**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1993.

PODOLNY, Joel M.; PAGE, Karen L. Network forms of organization. **Annual Review of Sociology**, Palo Alto, v.76, p. 24-57, 1998.

PROVAN, Keith; KENIS, Patrick. Modes of network governance: structure, management, and effectiveness. **Journal of Public Administration Research and Theory**, Oxford, v. 18, p. 229-252, 2007.

TODEVA, Emanuela. **Business networks: strategy and structure**. London: Toutledge, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BALESTRIN, Alsones; VARGAS, Lilia Maria; FAYARD, Pierre. Knowledge creation in small-firm network. **Journal of Knowledge Management**, [S.l.], v. 12, p. 94-106, 2008.

BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, J.; REYES, Edgar. O Campo de estudo sobre redes de cooperação interorganizacional no Brasil. **RAC: Revista de Administração Contemporânea**, [S.l.], v. 14, p. 458-477, 2010.

BRASS, Daniel. et al. Taking stock of networks and organizations: a multilevel perspective. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v.47, n.6, p.795-817, 2004.

CHETTY, Sylvie K.; WILSON, Heather. Collaborating with competitors to acquire resources. **International Business Review**, [S.l.], v. 12, n. 1, p. 61-81, 2003.

DAGNINO, G. B.; LEVANTI, G., Minà, A.; PICONE, P. M. Interorganizational network and innovation: a bibliometric study and proposed research agenda. **Journal of Business & Industrial Marketing**, [S.l.], v. 30, n. 3/4, p. 354-377, 2015.

DITTRICH, K.; DUYSTERS, G. Networking as a means to strategy change: the case of open innovation in mobile telephony. **The Journal of Product Innovation Management**, Hoboken, n. 24, p. 510-521, 2007.

DYER, Jeffrey; NOBEOKA, Kentaro. Creating and managing a high-performance knowledge-sharing network: the Toyota case. **Strategic Management Journal**, Hoboken, v. 21, p. 345-367, 2000.

GULATI, R.; LAVIE, D.; MADHAVAN, R. How do networks matter: the performance effects of interorganizational networks. **Research in Organizational Behavior**, [S.l.], n. 31, p.207-224, 2011.

johnsen, jan.; vahlne, jan-erik. business relationship learning and commitment in the internationalization process. **Journal of International Entrepreneurship**, New York, v.1, p. 83-101, 2003.

LOCKE, Richard M. Construindo a confiança. **Econômica**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 253-281, 2001.

POPPO, L.; ZENGER, T. Do formal contracts and relational governance function as substitutes or complements. **Strategic Management Journal**, [S.l.], v. 23, n. 8, p. 707–725, 2002.

PROVAN, Keith G.; FISH, Amy; SYDOW, Joerg. Interorganizational networks at the network level: a review of the empirical literature on whole networks. **Journal of Management**, New York, v. 33, n. 3, p. 479-516, 2007.

RAAB, Jörg; KENIS, Patrick. Heading toward a society of networks: empirical developments and theoretical challenges. **Journal of Management Inquiry**, New York, v.18, n.3, p. 198-210, 2009.

WILHELM, Miriam M. Managing coopetition through horizontal supply chain relations: linking dyadic and network levels of analysis. **Journal of Operations Management**, [S.l.], v. 29, p. 663-676, 2011.

WOOLTHUIS, Rosalinde; HILLEBRAND, Bas; NOOTEBOOM, Bart. Trust, contract and relationship development. **Organization Studies**, New York, v. 26, n. 6, p. 813-840, 2005.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: **Global Operations**

Semestre: 2015/1

Carga horária total:45h

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da Disciplina: 108746

Professor: Prof. Dr Iuri Gavronski

EMENTA

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

OBJETIVOS

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.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- 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.

AVALIAÇÃO

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).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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.

Closs, D. J., & Mollenkopf, D. A. (2004). A global supply chain framework. *Industrial Marketing Management*, 33(1), 37.

Dunning, J. H., & Lundan, S. M. (2008). **Multinational enterprises and the global economy** (2 ed.). Cheltenham, UK; Northampton, MA: Edward Elgar.

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

Gereffi, G. (2006). **The New Offshoring of Jobs and Global Development**. Geneva: International Institute for Labor Studies and International Labor Organization.

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

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.

Rugman, A. M. (Ed.). **The Oxford handbook of international business** (2 ed.). Oxford: Oxford University Press, 2010.

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.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

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.

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.

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.

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

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), 1-12.

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.

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.

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

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.

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

Disciplina: Marketing Estratégico

Semestre: 2015/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: ADMMKT

Código da disciplina: 008164

Professores: Prof. Dr. Celso Augusto de Matos / 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 consequências decorrentes da sua implementação; e a interface entre as estratégias de marketing e estratégias de outras áreas funcionais.

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. 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.

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.

AVALIAÇÃO

Apresentação dos artigos (seminários) - 25%

Resumo crítico dos artigos - 10%

Proposta de artigo final - 25%

Artigo final - 40%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ACHROL, R.; KOTLER, P. Frontiers of the marketing paradigm in the third millennium **Journal of the Academy of Marketing Science**, [S.l.], v. 40, n. 1, p. 35-52, 2012.

BENGTSSON, M.; ERIKSSON, J.; WINCENT, J. Co-opetition dynamics: an outline for further inquiry. **Competitiveness Review: An International Business Journal**, [S.l.], v. 20, n. 2, p. 194-214, 2010.

BENGTSSON, M.; KOCK, S. Cooperation and competition in relationships between competitors in business networks. **Journal of Business & Industrial Marketing**, [S.l.], v. 14, n. 3, p. 178-193, 1999.

BROWN, S. W.; FISK, R. P.; BITNER, M. J. The Development and emergence of services marketing thought. **International Journal of Service Industry Management**, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 21-48, 1994.

DAY, G. S. Marketing's contribution to the strategy dialogue. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [S.l.], v. 20, n. 4, p. 323-329, 1992.

DAY, G. S. The capabilities of market-driven organizations. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 58, n. 4, p. 37-52, 1994.

DWYER, R. F.; SCHURR, P. H.; OH, S. Developing buyer seller relationships. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 51, p. 11-27, Apr. 1987.

KOHLI, A. K.; JAWORSKI, B. Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 54, p. 1-18, Apr. 1990.

MENON, A. et al. Antecedents and consequences of marketing strategy making: a model and a test. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 63, n. 2, p. 18-40, 1999.

MINTZ, O.; CURRIM, I. S. What drives managerial use of marketing and financial metrics and does metric use affect performance of marketing-mix activities. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 77, n. 2, p. 17-40, 2013.

MOORMAN, C.; MINOR, A. S. The convergence of planning and execution: improvisation in new product development. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 62, p. 1-20, July. 1998.

MORGAN, N. A. Marketing and business performance. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [S.l.], v. 40, n. 1, p. 102-119, 2011.

NARVER, J. C.; SLATER, S. F. The effect of market orientation on business profitability. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 54, p. 20-35, Oct. 1990.

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

OSTROM, Amy L. et al. Moving forward and making a difference: research priorities for the science of service. **Journal of Service Research**, [S.l.], v. 13, n. 1, p. 4-36, 2010.

PALMATIER, R. W. et al. factors influencing the effectiveness of relationship marketing: a meta-analysis. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 70, n. 4, p. 136-153, 2006

RUST, R. T.; LEMON, K. N.; ZEITHAML, V. A. Return on marketing: using customer equity to focus marketing strategy. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 68, n. 1, p. 109-127, 2004.

SLATER, S. F.; HULT, G. T. M.; OLSON, E. M. Factors influencing the relative importance of marketing strategy creativity and marketing strategy implementation effectiveness. **Industrial Marketing Management**, [S.l.], v. 39, n. 4, p. 551-559, 2010.

SLATER, S. F.; OLSON, E. M. Marketing's contribution to the implementation of business strategy: an empirical analysis. **Strategic Management Journal**, [S.l.], v. 22, n. 11, p. 1055-1067, 2001.

VARADARAJAN, P. Rajan; JAYACHANDRAN, S. Marketing strategy: an assessment of the state of the field and outlook. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [S.l.], v. 27, n. 2, p. 120-143, 1999.

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

VARGO, S. L.; LUSCH, F. Evolving to a new dominant logic for marketing. **Journal of Marketing**, [S.l.], v.68, n.1, p. 1-17, 2004.

WIESEL, T., SKIERA, B.; VILLANUEVA, J. Customer equity: An integral part of financial reporting. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 72, n. 2 p. 1-14, 2008.

WILKIE, W. L.; MOORE, E. S. Scholarly research in marketing: exploring the “4 eras” of thought development. **Journal of Public Policy and Marketing**, [S.l.], v. 22, n. 2, p. 116-146, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION (AMA), **Special Interest Group for Marketing Doctoral Students**. Disponível em <www.docsig.org>. Acesso em 17/10/16.

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**, [S.l.], 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**, [S.l.], 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**, [S.l.], v. 16, n. 2 p. 34-46, 2002.

KELLER, K.L. Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. **Journal of Marketing**, [S.l.], 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**, [S.l.], v. 54, n. 2, p. 1-18, Apr. 1990.

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

MENON, A. et al. Antecedents and consequences of marketing strategy making: a model and a test, **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 63, n. 2, p. 18-40, 1999.

MORGAN, N. A.; REGO, L. L. Brand portfolio strategy and firm performance. **Journal of Marketing**, [S.l.], 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**, [S.l.], v. 63, n. 4, p. 57-73, 1999.

SHETH, J. N. et al. Why we buy what we buy: a theory of consumption values. **Journal of Business Research**, [S.l.], v. 22, n. 2, p. 159-170. 1991.

STEWART, D. W. The role of method: some parting thoughts from a departing editor. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [S.l.], v. 37, p. 381-383, 2009.

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

URDAN, A. T.; 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**, [S.l.], n. 27, 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**, [S.l.], v. 27, p. 120-143, 1999.

VARADARAJAN, P. R. From the editor: reflections on research and publishing. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 60, n. 4, p. 3-6, 1996.

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

**** 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)

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: Metodologia da Pesquisa

Semestre: 2015/1

Carga horária: 45h

Créditos: 03

Área temática: ADM

Código da disciplina: 006715

Professores: Prof. Dr. Rafael Teixeira / 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, proporcionando uma abordagem quantitativa para a solução de problemas teórico-acadêmicos.

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

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.

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 no congresso simulado	10
Trabalho final	45
Prova I	15
Prova II	15
TOTAL	100

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**, [S.l.], Oct. 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**, [S.l.], Oct. 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**. [S.l.]: Thomson Learning, 2000.

LEVITT, S. D.; DUBNER, S. J. **Freakonomics**: o lado oculto e inesperado de tudo que nos afeta. Rio de Janeiro: Campus, cap.1.

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

MALHOTRA, M. K.; GROVER, V. An assessment of survey research in POM: from constructs to theory. **Journal of Operations Management**, [S.l.], n. 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: Sage. 2013.

SACCOL, A. 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, p. 250-269, 2009.

SCHWAB, D. P. A model of empirical research. In: _____. **Research methods for organizational studies**. Mahwah: 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.

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**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 105-112, jul./set. 2000.

HAIR JUNIOR, Joseph et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

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. 2nd 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: Ed. USP, 1972.

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

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: Tópicos Avançados em Administração - Modelagem de Experimentos

Semestre: 2015/1

Carga horária: 15

Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da Disciplina: 094599_T19

Professor: Dr. Wagner Junior Ladeira

EMENTA

Entendimento da prática de construção de experimento. Partindo da contextualização dos principais conceitos ao se elaborar um experimento. Desenvolvimento de *primings* semânticos na pesquisa experimental. Utilização do *Software Qualtrics* para construção de emparelhamentos de cenários.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Definição de experimento e tipos de experimentos
- Condições experimentais
- Variáveis dependentes, independentes, estranhas e controladas
- Unidade amostral e emparelhamento
- Classificação de experimentos
- Tratamento, desenho fatorial: between-subjects e within-subjects
- Elaboração de pré-teste e calibragem do experimento
- *Debriefing* e efeito placebo
- Mediação e moderação
- *Priming* semântico como carga de informação no experimento
- Utilização do Qualtrics On-line Survey e delineamento experimental

Observação: Nesta disciplina não será abordado os itens protocolo de tratamento de um experimento e os cálculos estatísticos.

OBJETIVOS

O objetivo central da oficina de modelagem de experimentos é auxiliar o pesquisador a desenvolver na prática um experimento, capacitando este no planejamento e execução de desenhos experimentais. Em termos didáticos, a finalidade da oficina perfaz cinco objetivos cronológicos:

- 1) Entender a relação empírico - teórico que envolve a construção de um experimento,
- 2) Compreender a estrutura de um artigo que utiliza o experimento como método,
- 3) Entender os conceitos centrais de um experimento científico,
- 4) Entender o processo de desenvolvimento de *priming* semântico, e
- 5) Elaborar na prática um desenho experimental.

AVALIAÇÃO

De modo geral, a aula será dedicada à apresentação na prática do conteúdo, com base em uma exposição dialogada. Diferente de outras disciplinas esta apresentação tem um foco bem prático, seguindo a estrutura sugeridas em diversas obras da literatura de experimentos. Na segunda parte da disciplina, o foco será a utilização do *software Qualtrics* para desenvolver experimentos. Algumas aulas vão ocorrer no laboratório de informática a fim de desenvolver aplicações com o *Qualtrics*.

A avaliação é composta por:

- (i) Desenvolvimento do experimento no Qualtrics (máximo quatro alunos): 30%
(10.04.15)
- (ii) Entrega do estudo 1* (no máximo quatro alunos): 50% **(18.05.15)**
- (iii) Participação (individual): 20%

* A entrega do estudo 1 deve ser feita na secretária.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GOODWIN, C. J. **Research in psychology: methods and design**. [S.l.]: John Wiley & Sons, 2009.

HERNANDEZ, J. M.; BASSO, K.; BRANDÃO, M. M. Pesquisa experimental em marketing. **Revista Brasileira de Marketing**, [S.l.], v. 13, n. 2, p. 98-117, 2014.

HOWITT, D.; RAMER, D. **Introduction to statistics in psychology**. [S.l.]: Pearson Education, 2005.

LANGDRIDGE, D.; HAGGER-JOHNSON, G. **Introduction to research methods and data analysis in psychology**. [S.l.]: Pearson Education, 2009.

NIQUE, W. M.; LADEIRA, W. J. **Pesquisa de marketing: uma orientação para o mercado brasileiro**. São Paulo: Atlas, 2014.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARGH, J. A. What have we been priming all these years? On the development, mechanisms, and ecology of nonconscious social behavior. **European Journal of Social Psychology**, [S.l.], v. 36, n. 2, p. 147-168, 2006.

BARGH, J. A.; CHARTRAND, T. L. The mind in the middle: a practical guide to priming and automaticity research, In: REIS, Harry T.; JUDD, Charles M. **Handbook of research methods in social and personality psychology**. New York: Cambridge University Press, 2000. p. 253-285.

BECKER, C. A. Semantic context effects in visual word recognition: an analysis of semantic strategies. **Memory & cognition**, [S.l.], v. 8, n. 6, p. 493-512, 1980.

BROWN, M. S.; ROBERTS, M. A.; BESNER, D. (2001). Semantic processing in visual word recognition: Activation blocking and domain specificity. **Psychonomic bulletin & review**, [S.l.], v. 8, n. 4, p. 778-784, 2001.

EID, M. E.; DIENER, E. E. **Handbook of multimethod measurement in psychology**. [S.l.]: American Psychological Association, 2006.

FALK, A.; HECKMAN, J. J. Lab experiments are a major source of knowledge in the social sciences. **Science**, [S.l.], v. 326, n. 5952, p. 535-538, 2009.

HOWITT, D.; CRAMER, D. **Introduction to statistics in psychology**. [S.l.]: Pearson Education, 2005.

MCQUARRIE, E. F. Integration of construct and external validity by means of proximal similarity: Implications for laboratory experiments in marketing. **Journal of Business Research**, [S.l.], v. 57, n. 2, p. 142-153, 2004.

MCRANEY, D. **Você não é tão esperto quanto pensa**. [S.l.]: Leya, 2013.

WILLIAM, R. Shadish; COOK, T. D.; CAMPBELL, D. T. **Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference**. Wadsworth: Cengage learning, 2002.

EXEMPLOS DE EXPERIMENTOS

ETKIN, J.; RATNER, R. K. Goal pursuit, now and later: temporal compatibility of different versus similar means. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 39, n. 5, p. 1085-1099, 2013.

FINKELSTEIN, S. R.; FISHBACH, A. When healthy food makes you hungry. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 37, n. 3, p. 357-367, 2010.

FISHBACH, A.; DHAR, R. Goals as excuses or guides: the liberating effect of perceived goal progress on choice. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 32, n. 3, p. 370-377, 2005.

FITZSIMONS, G. M.; CHARTRAND, T. L.; FITZSIMONS, G. J. Automatic effects of brand exposure on motivated behavior: how apple makes you “think different”. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 35, n. 1, p. 21-35, 2008.

HIGGINS, E. T. et al. Increasing or decreasing interest in activities: the role of regulatory fit. **Journal of Personality and Social Psychology**, [S.l.], v. 98, n. 4 p. 559, 2010.

- HUANG, S. C.; ZHANG, Y. Motivational consequences of perceived velocity in consumer goal pursuit. **Journal Of Marketing Research**, [S.l.], v. 48, n. 6, p. 1045-1056, 2011.
- HUANG, S. C.; ZHANG, Y.; BRONIARCZYK, S. M. So near and yet so far: the mental representation of goal progress. **Journal of personality and social psychology**, [S.l.], v. 103, n. 2, p. 225, 2012.
- KIM, Y. J.; PARK, J.; WYER JUNIOR, R. S. Effects of temporal distance and memory on consumer judgments. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 36, n. 4, p. 634-645, 2009.
- LARAN, J. Choosing your future: Temporal distance and the balance between self-control and indulgence. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 36, n. 6, p. 1002-1015, 2010.
- LARAN, J. Goal management in sequential choices: consumer choices for others are more indulgent than personal choices. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 37, n. 2, p. 304-314, 2010.
- LARAN, J. The influence of information processing goal pursuit on postdecision affect and behavioral intentions. **Journal of personality and social psychology**, [S.l.], v. 98, n. 1, p. 16, 2010.
- LARAN, J.; JANISZEWSKI, C. Behavioral consistency and inconsistency in the resolution of goal conflict. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 35, n. 6 p. 967-984, 2009.
- LARAN, J.; JANISZEWSKI, C. Work or fun? how task construal and completion influence regulatory behavior. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 37, n. 6, p. 967-983, 2011.
- MAIMARAN, M.; FISHBACH, A. If it's useful and you know it, do you eat? preschoolers refrain from instrumental. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 41, n. 3 p. 642-655, 2014.

MAY, F.; IRMAK, C. Licensing indulgence in the present by distorting memories of past behavior. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 41, n. 3, p. 624-641, 2014.

SALERNO, A.; LARAN, J.; JANISZEWSKI, C. Hedonic eating goals and emotion: When sadness decreases the desire to indulge. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 41, n. 1, p. 135-151, 2014.

SPASSOVA, G.; LEE, A. Y. Looking into the future: a match between self-view and temporal distance. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 40, n. 1, p. 159-171, 2013.

THOMAS, M.; TSAI, C. I. (2012). Psychological distance and subjective experience: how distancing reduces the feeling of difficulty. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 39, n. 2, p. 324-340, 2012.

TU, Y.; SOMAN, D. (2014). The categorization of time and its impact on task initiation. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 41, n. 3, p. 810-822, 2014.

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

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: Tópicos Especiais em Administração - Produção de Artigos Científicos

Semestre: 2015/1

Carga horária: 15

Créditos: 1

Área temática: Pesquisa e Publicação em Administração

Código da disciplina: 094599_T13

Professor: Ivan Lapuente Garrido

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.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

TEMA	CARGA HORÁRIA	DIA/HORA	OBS:	INSTRUTORES
Como estruturar artigos científicos	3	08/06- 2ª. Feira 19:15 às 22:00	Apresentação dos requisitos essenciais organização de artigos científicos	Prof. Celso Matos
Base de Dados	3	09/06 - 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	3	10/06-4ª. Feira	Apresentação e uso dos principais gerenciadores	Prof. Guilherme Trez

Bibliográficos		19:15 às 22:00	bibliográficos. (Mendeley, EndNote, Papers)	Prof. Iuri Gavronski Silvio Vasconcellos
Submissão e avaliação de artigos	3	11/06-5 ^a . Feira 19:15 às 22:00	A prática da avaliação e da submissão de artigos	Prof. Rafael Teixeira
Revisão de Artigos	1,5	12/06-6 ^a . Feira 19:15 às 20:30	O papel de um revisor de artigos	Prof. Iuri Gavronski
O ambiente de pesquisa brasileiro	1,5	12/06-6 ^a . Feira 20:45 às 22:00	O ambiente de pesquisa brasileiro (Órgãos reguladores, Órgãos de fomento, projetos de pesquisa, avaliações dos PPGs, produção discente)	Prof ^a . Luciana Vieira
Total	15 horas			

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)

AVALIAÇÃO

- A aprovação estará vinculada a presença mínima exigida (75%)
- 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**, [S.l.], v. 49, n. 1, p. 16-20, 2006.

BILLSBERRY, J. Desk-rejects: 10 top tips to avoid the cull. **Journal of Management Education**, [S.l.], v. 38, n. 1, p. 3-9, 2014.

GELETKANYCZ, M.; TEPPER, B. J. Discussing the Implications. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 55, n. 2, p. 256-260, Apr. 2012.

GEORGE, G. Publishing in AMJ for non-u.s. authors. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 55, n. 5, p. 1023-1026. Oct. 2012.

GRANT, A. M.; POLLOCK, T. G. Setting the Hook. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 54, n. 5, p. 873-879. Oct. 2011.

LINTON, J. D. Academic dishonesty primer: how to avoid it advice for authors. **Technovation**, [S.l.], 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**, [S.l.],v. 56, n. 3, p. 629-634, June 2013.

RAGINS, B. R. Editor's comments: reflections on the craft of clear writing. **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 37, n. 4, p. 493-501, 2012.

SHAW, J. D. From the editors: responding to reviewers. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 55, n. 6, p. 1261-1263, 2012.

SILVER, E. A. Some ideas on enhancing research productivity. **International Journal of Production Economics**, [S.l.], 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**, [S.l.], 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**, [S.l.], v. 55, n. 3, p. 509-513. June. 2012.

BEDEIAN, A. G. Peer review and the social construction of knowledge in the management discipline. **Academy of Management Learning & Education**, [S.l.], v. 3, n. 2, p. 198-216, June. 2004.

BONO, J. E.; MCNAMARA, G. Publishing in AMJ: part 2: research Design. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 54, n. 4, p. 657-660, Aug. 2011.

CALIGIURI, P.; THOMAS, D. C. From the editors: how to write a high-quality review. **Journal of International Business Studies**, [S.l.], v. 44, n. 6, p. 547-553, Aug. 2013.

COLQUITT, J. A. Crafting references in AMJ submissions. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 56, n. 5, p. 1221-1224. Oct. 2013.

COLQUITT, J. A. Data overlap policies at AMJ. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 56, n. 2, p. 331-333, 2013.

COLQUITT, J. A.; GEORGE, G. Publishing in AMJ: part 1: topic Choice. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 54, n. 3, p. 432-435, June. 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**, [S.l.], v. 50, n. 6, p. 1281-1303. Dec. 2007.

CORLEY, K. G.; GIOIA, D. A. Building theory about theory building: what constitutes a theoretical contribution? **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 36, n. 1, p. 12-32, Jan. 2011.

EDMONDSON, A. MCMANUS, S. Methodological fit in management field research. **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 32, n. 4, p. 1155-1179, 2007.

HILLMAN, A. Editor's comments: what is the future of theory? **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 36, n. 4, p. 606-608, 2011.

KERR, N. L. HARKing: Hypothesizing after the results are known. **Personality and Social Psychology Review**, [S.l.], v. 2, n. 3, p. 196-217, Aug. 1998.

LEPINE, J. A.; WILCOX-KING, A. Editors' comments: developing novel theoretical insight from reviews of existing theory and research. **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 35, n. 4, p. 506-509, Oct, 2010.

MAYER, K. J.; SPARROWE, R. T. Integrating theories in AMJ articles. **Academy of Management Journal**, [S.l.], 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 metamorphose into beautiful articles. **Journal of Management**, [S.l.], p. 1 - 24, Mar. 2014.

OKHUYSEN, G.; BONARDI, J.-P. The challenges of building theory by combining lenses. **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 36, n. 1, p. 6-11, Jan. 2011.

RYNES, S.; GEPHART, R. P. Qualitative research and the AOM. **Academy of Management Journal**, [S.l.], 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**, [S.l.], 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**, [S.l.], 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**, [S.l.], v. 54, n. 6, p. 1098-1102, Dec. 2011.

SUDDABY, R. Editor's comments: construct clarity in theories of management and organization. **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 35, n. 3, p. 346-357, July.

2010.

SUTTON, R. I.; STAW, B. M. What theory is not. **Administrative Science Quarterly**, [S.l.], 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**, [S.l.], v. 16, n. 4, p. 361-385, 1998.

WHETTEN, D. A. What constitutes a theoretical contribution? **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 14, n. 4, p. 490-495, Oct. 1989.

ZHANG, Y.; SHAW, J. D. Publishing in AMJ: part 5: crafting the methods and results. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 55, n. 1, p. 8-12, Feb. 2012.