

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas

Disciplina: **Estudos Avançados de Custos**

Ano/Semestre: 2015/2

Carga horária total: 45h

Créditos: 03

Código da disciplina: 108392

Professor: Prof. Dr. Marcos Antonio de Souza

EMENTA

Tópicos relacionados à gestão contemporânea de custos, principalmente aqueles relacionados a eventos externos, mas que direta ou indiretamente influenciam na sustentabilidade das organizações.

OBJETIVO

O objetivo da disciplina é oportunizar a reflexão e provocar capacidades direcionadas ao desenvolvimento de teorias e modelos e processos que viabilizem explorar de forma abrangente os potenciais competitivos ancorados no conhecimento e gestão de custos para além do ambiente interno da organização. Tal estudo está diretamente relacionado às relações mantidas com clientes e fornecedores de uma mesma cadeia de valor, bem como aos pontos fortes e pontos fracos que são possíveis de serem explorados em relação aos concorrentes.

PROGRAMA

Fundamentos teóricos da gestão estratégica de custos

Análise de custo dos concorrentes

Análise integrada de custos na cadeia de valor (fornecedores e clientes)

Gestão interorganizacional de custos & Open-book accounting

Alianças estratégicas para gestão de custos

Lean accounting & Lean manufacturing no abastecimento e suprimento

Customização em massa como fator competitivo

BIBLIOGRAFIAS BÁSICAS

COLLIER, Paul; GREGORY, Alan. Strategic management accounting: a UK hotel sector case study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, [S.l.], v. 7, n. 1, p. 16-21, 1995.

COOPER, Robin; SLAGMULDER, Regine. Cost analysis outside the organization. *Cost management*, may/june 2004.

COOPER, Robin; SLAGMULDER, Regine. Strategic cost management: expanding scope and boundaries. *Journal of Cost Management*, [S.l.], v. 17, n. 1, p. 23-30, Jan./Apr. 2003.

GULATI, R.; SINGH, H. The architecture of cooperation: managing coordination costs and appropriation concerns in strategic alliances. *Administrative Science Quarterly*, [S.l.], v. 43, p. 781-814, 1998.

HANSEN, Stephens. Cost analysis, cost reduction and competition. *Journal of Management Accounting Research*, p. 181-203, 1998.

SHANK, John. Strategic cost management: new wine, or just new bottles? *Journal of Management Accounting Research*, p. 47-65, fall 1999.

SIMMONDS, Kenneth. Strategic management accounting. *Management Accounting*, p. 26-28, April 1981.

BIBLIOGRAFIAS COMPLEMENTARES

AGNDAL, Henrik; NILSSON, Ulf. Interorganizational cost management in the exchange process. *MANAGEMENT Accounting Research*, [S.l.], v. 20, p. 85-101, 2009.

AGUIAR, Andson B.; REZENDE, Amaury, J.; ROCHA, Wellington. Uma análise da complementaridade entre gestão interorganizational de custos e open-book accounting. *BASE*, São Leopoldo, v. 5, n. 1, p. 66-76, 2008.

ANDERSON, Sharlene; GUILDING, Chris. Competitor-focused accounting applied to a hotels context. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, [S.l.], v. 18, n. 3, p. 206-218, 2006.

COOPER, Robin; SLAGMULDER, Regine. Extra-organizational cost analysis. *Management Accounting*, [S.l.], v. 80, n. 1, p. 14-16, July 1998.

COOPER, Robin; SLAGMULDER, Regine. Interorganizational costing: part. 1. *Journal of Cost Management*, [S.l.], v. 17, n. 5, p. 14-21, Sept./Oct. 2003.

COOPER, Robin; SLAGMULDER, Regine. Interorganizational costing: part 2. *Journal of Cost Management*, [S.l.], v. 17, n. 6, p. 12-23, Nov./Dec. 2003.

COOPER, Robin; SLAGMULDER, Regine. Interorganizational cost management and relational context. *Accounting, Organizations and Society*, [S.l.], v. 29, p. 1-16, 2004.

DEKKER, H. C. Value chain analysis in interfirm relationships: a field study. *Management Accounting Research*, [S.l.], v. 14, n.1, p. 1-23, 2003.

GODINHO FILHO, Moacir; FERNANDES, Flávio C. Faria. Manufatura enxuta: uma revisão que classifica e analisa os trabalhos apontando perspectivas de pesquisas futuras. *Gestão e Produção*, São Carlos, v. 11, n. 1, p. 1-19, Jan./Abr. 2004.

GRAVES, A.; WARD, Y. A new cost management & accounting approach for lean enterprises. Bath: University of Bath, School of Management, 2004. Disponível em: <<http://www.bath.ac.uk/management/research/pdf/2004-05.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2011.

HOFFJAN, Andreas; HEINEN, Christoph. The strategic relevance of competitor cost assessment: an empirical study of competitor accounting. *Journal of Applied Management Accounting Research*, [S.l.], v. 3, n. 1, p. 17-33, Jan. 2005.

HUTCHINSON, Robert; LIAO, Kun. Zen accounting: how Japanese management accounting practices supports lean management. *Management Accounting Quarterly*, [S.l.], v. 11, n. 1, p. 27-35, 2009.

JOHNSON, H. Thomas. Lean accounting: to become lean, shed accounting. *Cost Management*, [S.l.], p. 6-17, Jan./Feb. 2006.

KAJÜTER, P.; KULMALA, H. Open-book accounting in networks potential achievements and reasons for failure. *Management Accounting Research*, [S.l.], v. 16, p. 179-204, 2005.

KULMALA, Harri; KAJUTER, P. Open-book accounting in networks: potential achievements and reasons for failures. *Management Accounting Research*, [S.l.], v. 16, n. 2, p. 179-204, Jan./Mar. 2005.

LEITE, Paulo R. *Logística reversa*. São Paulo: Prentice-Hall, 2003.

MACHADO, André G. C.; MORAES, Walter F. A. Da produção em massa à customização em massa: sustentando a liderança na fabricação de motores elétricos. *Cadernos EBAPE*, Rio de Janeiro, v. 7, n. 4, p. 575-590, 2009.

MOREHOUSE, Jim et al. Hitting back: strategic responses to low-cost rivals. *Strategy & Leadership*, [S.l.], v. 36, n. 1, 2008.

POLLARD, Dennis; CHUO, Shirley; LEE, Brian. Strategies for mass customization. *Journal of Business & Economics Research*, [S.l.], v. 6, n. 7, p. 77-86, July, 2008.

SEARCY, L. Dewayne. Using cost management and lean tools to improve AMG'S rental operations. *Journal of Cost Management*, [S.l.], v. 23, n. 6, p. 24-33, Nov./Dec. 2009.

STAUDTA, Tarcisio; SOUZA, Marcos A.; BARTZ, Daniel. Gestão estratégica de custos: uso da engenharia reversa na análise dos custos de concorrentes. *BASE*, São Leopoldo, v. 2, n.3, p. 167-175, set./dez. 2005.

TIDSTROM, Annika; AHMAN, Sara. The process of ending inter-organizational cooperation. *Journal of business & industrial marketing*, [S.l.], v. 21, n. 5, 2006.

ZENG, Amy Z.; ROSSETTI, Christian. Developing a framework for evaluating the logistics costs in global sourcing processes. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, [S.l.], v. 33.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas

Disciplina: **Gestão de Operações com foco no Comportamento do Consumidor**

Ano/Semestre: 2015/2

Carga horária total: 45h

Créditos: 03

Código da disciplina: 108390

Professor: Prof. Dr. Miriam Borchardt / Giancarlo Medeiros Pereira

EMENTA

Gestão de operações de manufatura e de serviços com foco no comportamento do consumidor;

Variáveis que afetam o comportamento do consumidor; Infusão de serviços na manufatura

OBJETIVOS

- Desenvolver a capacidade de compreender os conceitos relacionados à gestão do comportamento do consumidor.
- Desenvolver a capacidade de compreender como o comportamento do consumidor influencia a gestão das operações de manufatura e de serviços.
- Desenvolver competências conceituais e aplicadas afetas à gestão das operações em um cenário de infusão de serviços na manufatura e em um cenário onde o consumidor passa a atuar como co-produtor de valor.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Gestão de operações com base no comportamento do consumidor

- Desenvolvimento de produtos e de processos (bens, serviços e soluções) considerando o comportamento dos diversos grupos de consumidores.
- Papel de franqueados, representantes e distribuidores no comportamento do consumidor.
- Lealdade, satisfação / qualidade percebida, recuperação do serviço e relação com o comportamento do serviço.

- Gestão de operações em ambiente com infusão de serviços na manufatura e co-produção de valor por parte do consumidor.

2. Relacionamento com consumidor

- Estratégias de relacionamento como elemento de monitoramento do comportamento de compra e de pós-compra.
- Gestão da qualidade percebida e relação com o comportamento do consumidor.

3. Gestão do comportamento do consumidor sob a ótica do produtor

- Identificação e gerenciamento dos elementos influenciadores do comportamento dos consumidores, tanto em transações presenciais e virtuais.
- Ajuste do comportamento do consumidor através da indução de atitudes e criação de valores e o impacto nas operações.
- Identificação dos fatores culturais, sociais, pessoais, organizacionais / corporativos, psicológicos, ambientais e econômicos capazes de impactar na gestão das operações com foco no comportamento do consumidor.
- Influências do comportamento do consumidor sobre a linha de frente e vice-versa.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARGON, N.; ZIYA, S. Priority assignment under imperfect information on customer type identities. **Manufacturing & Service Operations Management**, Catonsville, v. 11, p. 674-693, 2009.

BITRAN, G.; FERRER, J.; OLIVEIRA, P. Managing customer experiences: perspectives on the temporal aspects of service encounters. **Manufacturing & Service Operations Management**, Catonsville, v. 10, p.61-83, 2008.

BURNS, G.; BOWLING, N. Dispositional approach to customer satisfaction and behavior. **Journal of Business & Psychology**, [S.l.], v. 25, n. 1, p. 99-107, 2010.

CHANETON, J.; VULCANO, G. Computing bid prices for revenue management under customer choice behavior. **Manufacturing & Service Operations Management**, Catonsville, v. 13, n. 4, p. 452-470, 2011.

DANAHER, P.; CONROY, P.; MCCOLL-KENNEDY, J. Who wants a relationship anyway conditions when consumers expect a relationship with their service provider. **Journal of Service Research**, Thousand, v. 11, n. 1, p. 43-62, 2008.

DHOLAKIA, U.; SINGH, S.; WESTBROOK, R. Understanding the effects of post-service experience surveys on delay and acceleration of customer purchasing behavior: evidence from the automotive services industry. **Journal of Service Research**, Thousand, v. 13, n. 4, p. 362-378, 2010.

EGGERT, A. et al. Muenkhoff, e. industrial services, product innovations, and firm profitability: a multiple-group latent growth curve analysis. **Industrial Marketing Management**, New York, v. 40, p. 661-670, 2011.

EKIZ, E.; AU, N. Comparing Chinese and American attitudes towards complaining. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, [S.l.], v. 23, n. 3, 2011.

HUANG, W.; LIN, Y.; WEN, Y. Attributions and outcomes of customer misbehavior. **Journal of Business & Psychology**, [S.l.], v. 25, n. 1, p 151-161, 2010.

LI, K.; FONG, D.; XU, S. Managing trade-in programs based on product characteristics and customer heterogeneity in business-to-business markets. **Manufacturing & Service Operations Management**, [S.l.], v. 13, n. 1, p. 108-123, 2010.

RADDATS, C. Aligning industrial services with strategies and sources of market differentiation. **Journal of Business & Industrial Marketing**, [S.l.], v. 26, n. 5, p. 332-343, 2011.

RAMANATHAN, R. An empirical analysis on the influence of risk on relationships between handling of product returns and customer loyalty in E-commerce, **International Journal of Production Economics**, Amsterdam, v. 130, n. 2, p. 255-261, 2011.

RAMANATHAN, U.; RAMANATHAN, R. Guests' perceptions on factors influencing customer loyalty: An analysis for UK hotels. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, Bradford, v. 23, n. 1, 2011.

XUE, M.; HITT, L.; HARKER, P. Customer efficiency, channel usage, and firm performance in retail banking. **Manufacturing & Service Operations Management**, [S.l.], v. 9, p. 535-558, 2007.

YEUNG, A. H. W. et al.. Specific customer knowledge and operational performance in apparel manufacturing. **International Journal of Production Economics**, Amsterdam, v. 114, n. 2, p. 520-533, 2008.

METODOLOGIA, TÉCNICAS E RECURSOS DE ENSINO (MATERIAIS):

- Aulas expositivas abordando base conceitual.
- Seminários para discussão e análise de casos empresariais relacionados ao tema em estudo.
- Apresentação e discussão de artigos científicos.
- Ao final de cada módulo, apresentação de sínteses integradoras com o objetivo de consolidar os conhecimentos em foco.

AVALIAÇÃO

- 10% via avaliação da participação em aula - Auferida pela qualidade das intervenções e das apresentações feitas.
- 30% via avaliação dos trabalhos intermediários - Auferida pela pertinência das ponderações feitas acerca da revisão teórica e do método científico dos artigos apresentados.
- 60% via avaliação do artigo final da disciplina - Auferida pela qualidade da revisão teórica e do método proposto, bem como pela análise dos resultados descritos em um artigo – formato revista B2 ou superior da Engenharia III.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas

Disciplina: **Inovação e Competitividade nos Processos Produtivos**

Ano/Semestre: 2015/2

Carga horária total: 45h

Créditos: 03

Código da disciplina: 108389

Professor: Prof. Dr. José Antônio Valle Antunes Junior

EMENTA

Conceitos de Inovação; As idéias econômicas fundadoras da inovação; A inovação e a competitividade; Os Sistemas de Inovação; A inovação e o Empreendedorismo; Gestão da Inovação; Inovação Tecnológica; marcos regulatórios da inovação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- 1 – Apresentação da disciplina; Inovação e Desenvolvimento Tecnológico; Transferência de Tecnologia; Textos e ideias fundamentais sobre Empreendedorismo, Competitividade e Inovação
- 2 – Sistemas de Inovação e Transferência de Tecnologia – Nível Nacional – Competitividade, Política industrial, Inovação e Competitividade
- 3 – Sistemas de Inovação e Transferência de Tecnologia – Nível Setorial
- 4 – Sistemas de Inovação e Transferência de Tecnologia – Nível de Firma
- 5 – Seminário 1: Competitividade e Sustentabilidade
- 6 – Seminário 2: Política industrial, setorial e competitividade em serviços e na indústria criativa
- 7 – Seminário 3: Sistema Nacional, Regional e Local da Economia e Inovação
- 8 – Seminário 4: Empreendedorismo
- 9 – Seminário 5: Gestão da Inovação
- 10 – Seminário 6: Inovação Verde
- 11 – Seminário 7: Financiamento da Inovação
- 12 – Palestra: Inovação, Empreendedorismo e Estado-Nação: Casos Brasil e Coreia do Sul
- 13 – Seminário 8: Design, Inovação e Competitividade
- 14 – Síntese: Inovação e Competitividade em Sistemas Produtivos
- 15 – Síntese: Apresentação e discussão de casos; Avaliação da disciplina

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

CHESBROUGH, H. W. The era of open innovation. **MITSloan Management Review**, {S.I.}, v. 44, n. 3, p. 35-41, 2003.

CHRISTENSEN, C. M. **O dilema da inovação**. São Paulo: Makron Books, 2001.

MARTINEZ, E. C.; LUCIO, I. F. **El contexto de las relaciones Universidad - Empresa**. Curso para la Creación e Implementación de ORES. CESAR: 2011.

MARTINEZ, MARIN, M. J. A.; SANCHEZ, D. R. **La valoración y explotación de los resultados de la investigación**. Curso para la Creación e Implementación de ORES. CESAR: 2011.

NELSON, R. R. **National innovation systems: a comparative analysis**. New York: Oxford University Press, 1993.

PELAEZ, V.; SZMRECSÁNYI, T (Org.). **Economia da inovação tecnológica**. São Paulo: Hucitec, 2006.

PORTER, M. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 1989.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Gestão da inovação**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas

Disciplina: **Modelos de Gestão e Projeto Organizacional**

Ano/Semestre: 2015/2

Carga horária total: 45h

Créditos: 03

Código da disciplina: 108385

Professor: Prof. Dr. Daniel Pacheco Lacerda

EMENTA

Estratégia; Estrutura; Processos; Sistema de Recompensas; Pessoas; Engenharia de Processos de Negócios; Sistemas de Avaliação de Desempenho; Modelos de Gestão; Projeto Organizacional; Organizações Flexíveis

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Projeto Organizacional e o Modelo Estrela
- Dimensão 1: A diferentes perspectivas de formulação da estratégia e suas repercussões para o modelo de análise de organizacional;
- Dimensão 2: A Engenharia de Processos de Negócios e os mecanismos de coordenação lateral e mobilização da estrutura para a Estratégica;
- Dimensão 3: Sistema de Recompensas conexão com a estratégia e desdobramentos para a estrutura e para a realização dos processos;
- Dimensão 4: Pessoas e sua importância do ponto de vista das capacitações e das competências organizacionais
- Dimensão 5: Estrutura Organizacional composição, cultura, poder, organização do trabalho em termos de alcance e autoridade.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BROCKE, J. V.; ROSEMAN, M. **Handbook on process management: introduction, methods and information system.** New York: Springer, 2009. v. 1

BROCKE, J. V.; ROSEMAN, M. **Handbook on process management: strategy, governance.** New York: Springer, 2009. v. 2

GABRAITH, J.; DOWNEY, D.; KATES, A. **Design dynamic organizations**: a hand-on guide for leaders at all levels. New York: Amacon, 2002.

MINTZBERG, H. **Managing**. San Francisco: Berrett-Koehler, 2009.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Strategy safari**: a guide tour through the wilds of strategic management. New York: Free Press, 1998.

NADLER, D. A.; GERSTEIN, M. C.; SHAW, R. B. **Organizational architecture**: design for changing organizations. San Francisco: Jossey-Bass, 1992.

RUMELT, R. **Good strategy, bad strategy**: the difference and why it matters. New York: Randon House, 2011.

SALERNO, M. S. **Projeto de organizações integradas e flexíveis**. São Paulo: Atlas, 2008.

VAN AKEN, J. E.; BERENDS, H.; VAN DER BIJ, H. **Problem solving in organizations**: a methodological handbook for business students. New York: Amacon, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARMISTEAD, C., HARRISON, A., ROWLANDS, P., **Business process re-engineering: lessons from operations management**. International Journal of Production and Operations Management, v. 15, n. 12, 1995.

EMERY, C. **A cause-effect-cause model for sustaining cross-functional integration**. Business Process Management Journal, v. 15, n. 2, 2009.

GROVER, V.; KETTINGER, W. **Process think: winning perspectives for business change in the information age**. Hershey: Idea Group Inc. 2000.

MCKAY, A., RADHOR, Z., **A characterization of a business process**. International Journal of Production and Operations Management, v. 18 n. 9/10, 1998.

RIDGWAY, V.F., **Dysfunctional Consequences of Performance Measurements**. Administrative Science Quarterly, v. 5, 2010.

SIDOROVA, A.; ISIK, O. **Business process research: a cross-disciplinary review**. Business Process Management Journal, v. 16, n. 4, 2010.

AVALIAÇÃO

- 40% Seminários de aula
- 60% Apresentação de artigo final da disciplina

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas

Disciplina: **Pesquisa Operacional e Suporte à Tomada de Decisão**

Ano/Semestre: 2015/2

Carga horária total: 45h

Créditos: 03

Código da disciplina: 108383

Professor: Prof. Dr. Leonardo Dagnino Chiwiacowsky

EMENTA

Princípios Básicos e Elementos de Teoria da Decisão; Programação Linear; Programação Dinâmica; Processos Estocásticos; Elementos de decisão multicritério; Mineração de Dados.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Princípios Básicos e Elementos de Teoria da Decisão: modelagem, otimização, decisão multicritério, ranqueamento e seleção; modelagem de preferências; conceitos básicos de decisão multicritério; teoria da utilidade multiatributo.

Programação Linear: otimização linear; alocação; transporte; grafos e redes; aplicações.

Programação Dinâmica: princípios; modelagem; aplicações.

Análise Envoltória de Dados: conceitos de eficácia e produtividade, fronteira eficiente; modelagens Charner-Cooper-Rhodes (CCR) e Banker-Charnes-Cooper (BCC), modelagens produto orientada e insumo orientada; aplicações;

Processos Estocásticos: princípios e estimadores; cadeias de markov; aplicações;

Elementos de Decisão Multicritério: Análise Hierárquica de Processos; Métodos ELECTRE e PROMETHEE; outros métodos multicritério; aplicações.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALMEIDA, A. **O conhecimento e o uso de métodos multicritério de apoio à decisão**. 2. ed. Pernambuco: Universitária UFPE, 2011.

HILLIER, F. S.; LIEBERMAN, G. J. **Introduction to operations research**. 9th ed. New York: McGraw-Hill, 2009.

FERREIRA, C. M. C.; GOMES, A. P. **Introdução à análise envoltória de dados: teoria, modelos e aplicações**. Viçosa: Ed. UFV, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CLARKE, A. B.; DISNEY, R. L. **Probabilidade e processos estocásticos**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora, 1979.

CLÍMACO, J. **Multicriteria analysis**. New York: Springer Werlag, 1997.

PIDD, Michael. **Modelagem empresarial: ferramentas para tomada de decisão**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998.

VINCKE, P. **Multicriteria decision-aid**. New York: John-Wiley & Sons Inc. 1999.