

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios**

Disciplina: Economia Internacional

Ano/Semestre: 2018/1

Carga horária total: 15h

Créditos: 01

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104383

Professor: André Filipe Zago de Azevedo

## **EMENTA**

Teorias do Comércio Internacional: das vantagens absolutas de Adam Smith à nova Teoria do Comércio Internacional. Teoria e Prática da Política Comercial. O Multilateralismo e a Estrutura de Comércio administrada pela Organização Mundial de Comércio (OMC). Blocos Econômicos: teoria, mensuração e evidência. Balanço de Pagamentos e Câmbio. O Setor Externo da Economia Brasileira.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Teorias do Comércio Internacional: Vantagens absolutas e comparativas (Ricardo);
- Teorias do Comércio Internacional: Vantagens comparativas (Heckscher-Ohlin e nova Teoria do Comércio Internacional);
- Teoria e Prática da Política Comercial: Instrumentos de Política Comercial e seus Efeitos: Tarifas, Subsídios, Quotas e Medidas Antidumping;
- Teoria e Prática da Política Comercial: Economia Política do Protecionismo e Políticas Estratégicas de Comércio;
- O Multilateralismo e a Estrutura de Comércio administrada pela OMC;
- Blocos Econômicos: teoria, mensuração e evidência;

## **METODOLOGIA**

Aulas sustentadas numa aprendizagem andragógica (teórica-vivencial). A leitura prévia dos textos indicados é muito importante para o aproveitamento dos seminários, das aulas expositivas-dialogadas e das dinâmicas de grupo.

## **AVALIAÇÃO**

Para a avaliação da Unidade de Ensino 1, serão considerados todos os instrumentos utilizados nas Atividades Acadêmicas que a compõe. Para a atividade de

Economia Internacional, a avaliação consistirá em um trabalho em grupo e em uma prova individual.

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

APPLEYARD, D.; FIELD, A.; COBB, S. **Economia internacional**. Porto Alegre: AMGH, 2010.

CAVES, R.; FRANKEL, J.; JONES, R. **Economia internacional: comércio e transações globais**. São Paulo: Saraiva, 2001.

IRWIN, Douglas. **Against the tide: an intellectual history of free trade**. Princeton: Princeton University, 1996.

KRUGMAN, P.; OBSTFELD, M.; MELITZ, M. **Economia internacional**. 10. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

WORLD BANK. **Trade blocs**. Washington: Oxford University, 2000.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BACHA, E. Integrar para crescer: o Brasil na economia mundial. **Revista Brasileira de Comércio Exterior**, Rio de Janeiro, n. 118, p. 4-13, jan./mar. 2014.

BAUMANN, R; CANUTO, O.; GONÇALVES, R. **Economia internacional: teoria e experiência brasileira**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

BHAGWATI, J. **Protectionism**. Cambridge: The MIT Press. 1988.

CANUTO, O.; FLEISCHHAKER, C.; SCHELLEKENS, P. O curioso caso da falta de abertura do Brasil ao comércio. **Revista Brasileira de Comércio Exterior**, Rio de Janeiro, n.122, p. 19-25, jan./mar. 2015.

DE NEGRI, Fernanda; ALVARENGA, Gustavo Varela. A primarização da pauta de exportações no Brasil: ainda um dilema. **Radar Tecnologia, Produção e Comércio Exterior**, Brasília, DF, IPEA, n. 13, 2011. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/radar/110509\\_radar13\\_cap1.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/radar/110509_radar13_cap1.pdf)>. Acesso em: 07 jun. 2018.

FRANKEL, Jeffrey. **Regional Trading blocs in the world economic system**. Washington: Institute for International Economics, 1997.

KRUGMAN, Paul. **Internacionalismo pop**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

REIS, M. et al. A OMC continua promovendo o comércio de forma desigual: novas evidências a partir dos anos 1990. **Revista Brasileira de Economia**, [S.l.], v. 69, p. 389-404, 2015.

YEATS, A. **Does Mercosur's trade performance raise concerns about the effects of regional trade arrangements?** Washington: World Bank, 1997. (Policy Research Work Paper, n. 1729).

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios**

Disciplina: Laboratório de Desenvolvimento de Liderança

Ano/Semestre: 2018/1

Carga horária total: 30h

Créditos: 02

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104392

Professor: Patrícia Martins Fagundes Cabral

## **EMENTA**

Liderança nas dimensões individual (líder) e coletiva (rede de liderança) a partir de vivências, de casos, de depoimentos e de práticas empresariais, discutindo criticamente as questões relativas ao contexto de gestão, relações de poder e autodesenvolvimento. Problematização da tomada de decisões em cenários de alta complexidade e instrumentalização para a prática inovadora e transformadora na gestão sustentável.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Combinações gerais
- Liderança em um mundo Complexo
- O estado da arte no estudo da temática liderança
- Concepções da liderança
- O processo de construção da identidade de liderança
- Liderança, Ética e Sustentabilidade
- Carisma e Narcisismo em Liderança
- A Liderança Tóxica
- Espiritualidade e cidadania nas organizações
- Coaching como estratégia de desenvolvimento de liderança
- Autoconhecimento e Liderança

## **METODOLOGIA**

Aulas sustentadas numa aprendizagem teórica-vivencial, de caráter sistêmico e interdisciplinar. A leitura prévia dos textos indicados é fundamental para o aproveitamento dos encontros, tendo em vista que um dos objetivos principais da Unidade Temática é a discussão aprofundada dos temas em questão, nos seminários, aulas expositivas-dialogadas e dinâmicas de grupo. O protagonismo do aluno na participação/construção das aulas é a base para o processo de aprendizagem individual e coletivo.

## AVALIAÇÃO

As formas de avaliação envolverão tanto a dimensão individual quanto a coletiva, e deverão contemplar a participação nas atividades realizadas em aula. Em princípio, estima-se:

Trabalhos em Grupo = 4,0

Trabalhos individuais = 6,0

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AGOSTINHO, M. C. E. Administração complexa: revendo as bases científicas da administração. **RAE Eletrônica**, São Paulo, v. 2, n. 1, jan./jun. 2003

AVEY, et al. Meta-analysis of the impact of positive psychological capital on employee attitudes, behaviors, and performance. **Human Resource Development Quarterly**, [S.I.], v. 22, n. 2, p. 127-152, 2011

BENNIS, W. et al. **O futuro da liderança**. São Paulo: Futura, 2001

BITENCOURT, Cláudia Cristina et al. **Gestão contemporânea de pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

CABRAL, Patrícia Martins Fagundes; SEMINOTTI, Nedio. A dimensão coletiva da liderança. **Caderno IHU Idéias**, São Leopoldo, v. 7, n. 120, 2009.

CHARAN, Ram. **O líder criador de líderes**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DeRUE, D. S.; ASHFORD, S. J. Who will lead and who will follow? a social process of leadership identity construction in organizations. **Academy of Management Review**, [S.I.], v. 35, n. 4, p. 627-647, 2010.

FIOL, Michel. La toma de decisiones de directivos latinos. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 41, n. 4, p. 16-25, 2001.

GOMES, A. Duarte (Coord.). **Psicologia das organizações, do trabalho e dos recursos humanos**. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2011.

KETS DE VRIES, M. **Reflexões sobre caráter e liderança**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

PADILLA; HOGAN; KAISER. The toxic triangle: destructive leaders, susceptible followers, and conducive environments **The Leadership Quarterly**, [S.I.], n. 18, p. 176-194, 2007.

RUGG-GUNN, Mike. **Why charismatic leaders are not always the answer**. UK: Human Asset Development International Limited – HADIL, 2011.

SAPIRO, Arão; DALPOZZO, Marco; BARBOSA, Djalma. Dinâmicas de engajamento, **Revista DOM**, [S.I.], v. 10, p.9-17, 2010.

SHAWN, Burke et al. What type of leadership behaviors are functional in teams?: a meta-analysis. **The Leadership Quarterly**, [S.I.], n. 17, p. 288-307, 2006.

## BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ANTONAKIS, John; FENLEY, Marika; LIECHTI, Sue. Learning charisma. **Harvard Business Review**, [S.I.], n. 90, p. 127-130, jun. 2012.
- BARBOSA et al. **Cultura e diferença nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2009.
- BAUER, Ruben. **Gestão da mudança**: caos e complexidade nas organizações. São Paulo: Atlas, 1999.
- BENNIS, W. et al. **O futuro da liderança**. São Paulo: Futura, 2001.
- CABRAL, Patrícia Martins Fagundes; SEMINOTTI, Nedio. **Competências de liderança e competências gerenciais**: um olhar dialógico. São Paulo: ANPAD, 2009.
- CAPRA, Fritjof. **As conexões ocultas**: ciência para uma vida sustentável. São Paulo: Cultrix-Amana Key, 2002.
- FISCHER, Rosa Maria; NOVELLI, José Gaspar Nayme. Confiança como fator de redução da vulnerabilidade humana no ambiente de trabalho. **RAE**, São Paulo, v. 48, n.2, 2008.
- GOMES, A.; MOREIRA, M.; REBELO, T. Cultura organizacional: algumas estratégias para lidar com os processos de fusão e aquisição de empresas. In: NEVES, P.; LOPES, M. P. **Comportamento organizacional no século XXI**: diálogos entre a gestão e a academia. [S.I.]: RH, 2013. p. 55-76.
- JAVIDAN, M.; STEERS, R.; HITT, M. **The global mindset**. San Diego: Elsevier, 2007.
- KETS DE VRIES, Manfred. **Global executive leadership inventory**. New Jersey: Pfeiffer, 2005.
- LAPIERRE, Laurent. **Imaginário e liderança**: na sociedade, no governo, nas empresas e na mídia. São Paulo: Atlas, 1995.
- LE BOTERF, G. **Desenvolvendo a competência dos profissionais**. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- LIPMAN-BLUMEN, Jean. **Liderança conectiva**. São Paulo: Makron, 1999.
- MARIOTTI, Humberto. **Pensamento complexo**. São Paulo: Atlas, 2007.
- SANDBERG, J.; TARGAMA, A. **Managing understanding in organization**. London: Sage, 2007.
- SHAMAS-UR-REHMAN TOOR; GEORGE OFORI. Positive psychological capital as a source of sustainable competitive advantage for organizations. **Journal of Construction Engineering and Management**, [S.I.], v. 136(3), ano 2010.
- WEICK, K.; SUTCLIFFE, K. **Managing the unexpected**. Michigan: Jossey-Bass, 2001.
- WHEATLEY, Margaret J. **Liderança em tempos de incerteza**. São Paulo: Cultrix, 2006.
- WHITE, Joseph. **A natureza da liderança**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- ZARIFIAN, P. **Objetivo competência**. Porto Alegre: Atlas, 2001.

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios**

Disciplina: Estudo das Organizações

Ano/Semestre: 2018/1

Carga horária total: 15h

Créditos: 01

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104395

Professor: José Antônio Valle Antunes Júnior

## **EMENTA**

Análise da evolução do pensamento em Administração enfatizando o desenvolvimento das diferentes abordagens teóricas no contexto cultural, social e econômico em que foram estabelecidas. Aplicação dos principais conceitos dos estudos organizacionais à realidade brasileira. Discussão sobre as perspectivas futuras da gestão no Brasil e no mundo, abordando os desafios impostos pela globalização. Estudos de casos de empresas brasileiras competitivas no mercado mundial e de empresas que não resistiram à competição, analisando à luz das contribuições dos principais autores nacionais e estrangeiros as características que levam as empresas ao sucesso.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- O surgimento da grande empresa nos EUA na transição do século XIX e XX;
- O surgimento da produção em massa (Taylor/Ford);
- GM, Planejamento Centralizado/Execução Descentralizada (Sloan Jr.);
- A economia mundial do início do século XX;
- A economia gaúcha e brasileira e o desenvolvimento industrial: 1822 a 1970;
- Limites do desenvolvimento econômico e industrial: As crises internacionais do petróleo de 1973 e 1979;
- Energia, Sociedade e Ambiente no século XX e XXI;
- Reestruturação Industrial pós-crise internacional de Petróleo;
- Sistema Toyota de Produção (STP)/Produção Enxuta;
- Sistema Hyundai de Produção;
- Distritos Industriais.
- Sociedade, Reestruturação Industrial e Competitividade Redes;
- Inovação;
- A industrialização brasileira pós-crise internacional do petróleo;
- O Capitalismo de Laços e suas implicações na competitividade no Brasil.

## METODOLOGIA

A disciplina será conduzida através de exposição de seus conteúdos de forma oral-dialogada.

## AVALIAÇÃO

As formas de avaliação envolverão tanto a dimensão individual quanto a coletiva e irão contemplar a participação nas atividades realizadas em aula. Será proposto um trabalho individual para avaliar a compreensão e a absorção dos conteúdos trabalhados durante as atividades acadêmicas.

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- ABUCHAIM, V. R. **O tropeiro que se fez rei**. Porto Alegre: Gráfica Mosca Ltda., 2013.
- Antunes, J. A. V. et al. **Remando contra a maré: a política industrial do RS (2011 a 2014)**. Porto Alegre: Bookman, 2017.
- BECATTINI, Giacomo. Os distritos industriais na Itália. In: URANI, Adré et al. (Org.) **Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da Terceira Itália**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- CALDEIRA, J. **Nem céu, nem inferno: ensaios para uma visão renovada da história do Brasil**. São Paulo: Estrela, 2015.
- CASTELS, M. **A sociedade em rede: a era da informação**. São Paulo: Paz e Terra, 2007. v. 1.
- CHANDLER, Alfred D. Os primórdios da 'grande empresa' na indústria norte-americana'. In: McCRAW, Thomas K. (Org.). **Alfred Chandler: ensaios para uma teoria histórica da grande empresa**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.
- CHANG, Há Joon. **Industrial policy: we can go beyond an unproductive confrontation: ABDCE (Annual World Bank Conference on Development Economics)**. Seoul: Faculty of Economics, 2009.
- CHUNG, M. K. **Is it new paradigm: modular production system in Hyundai**. Paris: GERPISA Thirteenth International, 2005.
- COSTA, Achyles Barcelos da. O desenvolvimento econômico na visão de Joseph Schumpeter'. **Cadernos IHU Idéias**, São Leopoldo, v. 4, n. 47, 2006.
- COSTA, Beatriz M. E. Cooperação e capital social em arranjos produtivos locais. **RDE – Revista de Desenvolvimento Econômico**, [S.l.], v. 9, n. 15, p. 51-60, 2007.
- DRUCKER, P. **Post-capitalist society**. New York: Harder Business, 1993.
- FORD, H. **Hoje e amanhã**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1927.
- FORD, H. **Minha vida e minha obra**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1926.

INOVAÇÕES e mudanças na organização industrial. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v.21, n.2, p.7-31, 2000.

KIM, C.; JO, H.; JEONG, J. Modular Production and hyundai production system: the case of Hyundai MOBIS (in Korean). **Economy and Society**, [S.l.], n. 92, p. 351-385, 2011.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

LAZZARINI, G. L. **Capitalismo de laços**: entenda como funcionam as estratégias e alianças políticas e suas consequências para a economia brasileira: os donos do brasil e suas conexões. Rio de Janeiro, Campos, 2011.

LEE, B.; JO, H. The mutation of the Toyota Production System: adapting the TPS at Hyundai Motor Company. **International Journal of Production Research**, [S.l.], v. 45, n.16, p. 3665-3679, 2007.

LEFF, N. **Subdesenvolvimento e desenvolvimento no Brasil**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1991. v. 1-2.

MAZZUCATO, M. **The entrepreneurial state**. London: Demos, 2011.

MUSACCHIO, A.; LAZZARINI, G. L. **Reinventando o capitalismo de estado**: o leviatã nos negócios: Brasil e outros Países. São Paulo: Portfólio-Penguin, 2015.

NUNES, F. L. **Sistema Hyundai de produção**: uma proposição de modelo conceitual. 2015. 142 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de produção e Sistemas) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de produção e Sistemas, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2015. Disponível em: < <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/3160> >. Acesso em: 08 jun. 2018.

OHNO, T. **Sistema Toyota de produção**: além da produção em larga escala. Porto Alegre: Bookman, 1997.

PEREIRA, L. C. Bresser. **A construção política do Brasil**. São Paulo: Ed. 34, 2014, 464p.

PORTER, M. E. **The competitive advantage of nations**. New York: Free Press, 1990.

PORTER, M. E.; HEPPELMANN. Como produtos inteligentes e conectados estão transformando a competição. **Harvard Business Review Brasil**, São Paulo, 2016. Edição de 30/05/2016.

PRADO, Jr. **Formação do Brasil contemporâneo**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

PROENÇA, A. et al. **Gestão da inovação e competitividade no Brasil**: da teoria para a prática. Porto Alegre: Bookman, 2015.

REESTRUTURAÇÃO produtiva e padrão de organização industrial. In: Becker, Dinizar F. (Org.). **Competitividade**: o (des)caminho da globalização. Lajeado: FATES, 1988.

SELEME, A.; ANTUNES, J. A. V. Configurações da estrutura organizacional: um exame preliminar a partir do sistema JIT. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE



PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 14, 1990, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: ANCIB, 1990. v. 6, p. 143-159.

SLOAN, A. **Meus anos com a General Motors**. São Paulo: Negócios, 2001.

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

TARGA, L. R. P. Negações da identidade do Rio Grande do Sul. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 24, n.2, p. 299-322, 2003.

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

TOYODA, E. **Toyota fifty years in motion**: an autobiography by The Chairman Eiji Toyoda. [S.I.]: Toyota Motor Corporation, 1987.

VIDAL, J. W. **De estado servil a nação soberana**: civilização solidária dos trópicos. Petrópolis: Vozes, 1987.

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

WOMACK, J. P.; JONES, D. T.; ROOS, T. **A máquina que mudou o mundo**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios**

Disciplina: Gestão Estratégica

Ano/Semestre: 2018/1

Carga horária total: 30h

Créditos: 02

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104396

Professor: Jorge Renato de Souza Verschoore Filho

## **EMENTA**

A evolução do pensamento estratégico através do estudo das diversas correntes identificáveis ao longo das últimas décadas. Análise histórica sobre o impacto das diversas correntes no conteúdo e no processo estratégico das organizações. A relação entre estratégia e inovação e a adaptação dos conteúdos da estratégia a condições regionais. As diferentes perspectivas sobre planejamento e implementação de estratégias nas organizações.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Apresentação;
- A emergência da estratégia empresarial no pós-guerra;
- O design e o planejamento estratégico;
- A racionalidade econômica na gestão estratégica.
- O legado de Michael Porter;
- A ascensão do incrementalismo lógico;
- Estratégias Deliberadas X Estratégias Emergentes;
- Os recursos estratégicos e as competências centrais;
- Teoria dos Jogos;
- A interação estratégica e o nascimento da Coopetição;
- O incrementalismo cocriado: estratégias abertas e enxutas;
- Plataformas estratégicas;
- AVALIAÇÃO FINAL.

## **METODOLOGIA**

Aulas se alicerçam num projeto de aprendizagem andragógico que respeita a trajetória profissional dos alunos. A leitura prévia dos textos indicados é muito importante para o aproveitamento dos seminários, das aulas expositivas-dialogadas. Os relatos de experiências e de vivências dos alunos constituem elementos fundamentais na

condução da disciplina, possibilitando a integração entre teoria e prática. Estimulam-se os alunos a trazer materiais ilustrativos das situações discutidas em classe.

### **AVALIAÇÃO**

As formas de avaliação envolverão tanto a dimensão individual quanto a coletiva e irão contemplar a participação nas atividades realizadas em aula. Será empregada uma prova dissertativa para avaliar a compreensão e a absorção dos conteúdos trabalhados durante as atividades acadêmicas.

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BARNEY, J. B. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management**, [S.l.], v.17, n.1, p. 99-120, 1991.

BLANK, S. Why the lean start-up changes everything. **Harvard Business Review**, [S.l.], v. 91, n. 5, p. 63-72, 2013.

BRANDENBURGER, A. M.; NALEBUFF, B. J. The right game. use game theory to shape strategy. **Harvard Business Review**, [S.l.], v. 73, n. 4, p. 57-71, 1995.

MINTZBERG, H. Crafting strategy. **Harvard Business Review**, [S.l.], v. 66, n. 4, p. 66-75, 1987.

MINTZBERG, H. The design school: reconsidering the basic premises of strategic management. **Strategic Management Journal**, [S.l.], v.11, n.3, p.171-195, 1990.

PORTER, M. E. How competitive forces shape strategy. **Harvard Business Review**, [S.l.], v. 57, n. 2, p.137-145, 1979.

VAN ALSTYNE, M. W.; PARKER, G. G.; CHOUDARY, S. P. Pipelines, platforms, and the new rules of strategy. **Harvard Business Review**, [S.l.], v. 94, n. 4, p. 54-65, 2016

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ADNER, R. Ecosystem as structure: an actionable: construct for strategy. **Journal of Management**, [S.l.], v. 43 n. 1, 2017.

ANSOFF, H. I. Critique of Henry Mintzberg's 'the design school: reconsidering the basic premises of strategic management'. **Strategic Management Journal**, [S.l.], v. 12, n. 6, p.449-461, 1991.

BARROS, E. C.; VALENTIM, M. C.; MELO, M. A. A. O debate sobre o mestrado profissional na Capes: trajetória e definições. **Revista Brasileira de Pós-Graduação**, [S.l.], v. 2, n. 4, p. 124-138, 2005.

CAMERER, C. F. Does strategy research need game theory? **Strategic Management Journal**, [S.l.], v. 12, n. S2, p. 137-1152, 1991.

- CASTRO, C. M. A hora do mestrado profissional. **Revista Brasileira de pós-graduação**, [S.l.], v. 2, n. 4, p. 16-23, 2005.
- ENGEL, J. S. Global clusters of innovation. **California Management Review**, [S.l.], v. 57, n. 2, p. 36-65, 2015.
- FREEDMAN, L. **Strategy: a history**. New York: Oxford University Press, 2013.
- HAGIU, A.; ROTHMAN, S. Network effects aren't enough. **Harvard Business Review**, [S.l.], v. 94, n. 4, p. 64-71, 2016.
- KIECHEL, W. **The lords of strategy**. Boston: Harvard Business Press, 2010.
- MINTZBERG, H. The fall and rise of strategic planning. **Harvard Business Review**, [S.l.], v. 72, n. 1, p. 107-114, 1993.
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento**. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- MINTZBERG, H.; WATERS, J. A. Of strategies, deliberate and emergent. **Strategic Management Journal**, [S.l.], v. 6, n. 3, p. 257-272, 1985.
- PORTER, M. E. Towards a dynamic theory of strategy. **Strategic Management Journal**, [S.l.], v.12, n. S2, p. 95-117, 1991.
- PORTER, M. E. What is strategy. **Harvard Business Review**, [S.l.], v. 74, n. 6, p.61-78, 1996.
- PRAHALAD, C. K.; HAMEL, G. The core competence of the corporation. **Harvard Business Review**, [S.l.], v. 68, n. 3, p. 79-91, 1990.
- RITALA, P.; GOLNAM, A.; WEGMANN, A. Coopetition-based business models: the case of Amazon.com. **Industrial Marketing Management**, [S.l.], v. 43, n. 2, p. 236-249, 2014.
- SPINK, P. A formação acadêmica e a ciência: ampliando o debate sobre o mestrado profissional. **Revista de Administração Contemporânea**, [S.l.], v. 1, n. 3, p. 163-169, 1997.
- WEIBLEN, T.; CHESBROUGH, H. W. Engaging with Startups to enhance corporate innovation. **California Management Review**, [S.l.], v. 57, n. 2, p. 66-90, 2015.
- WERNERFELT, Birger. A resource-based view of the firm. **Strategic Management Journal**, [S.l.], v. 5, n. 2, p. 171-180, 1984.
- WOLF, C.; FLOYD, S. W. Strategic planning research toward a theory-driven agenda. **Journal of Management**, [S.l.], v. 43, n. 6, p. 1754-1788, 2017.

## **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Disciplina: **Metodologia de Pesquisa Aplicada**

Semestre: 2018/1

Carga horária total: 30h

Créditos: 02

Área temática: Administração de Empresas

Código da disciplina: 104408

Professor: Prof. Dr. Marcelo André Machado

## **EMENTA**

Pesquisa aplicada na organização. Paradigma emergente na ciência. Discussão sobre diferenças e complementaridades dos métodos quantitativos e qualitativos. Os principais tipos de pesquisa: survey, pesquisa-ação, estudo de caso. Fundamentação e instrumentalização sobre técnicas de coleta e técnicas de análise de dados.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Contextualização e problematização no campo de pesquisa “Gestão e Negócios”
- O que é pesquisa no contexto do Mestrado Profissional?
- Aprender a pesquisar: “onde, quem e como pesquisar?”
- Objetivos da pesquisa
- Diálogo com diferentes paradigmas; indução e dedução; natureza da pesquisa.
- Visão epistemológica e ontológica de ciência
- A importância do problema de pesquisa (origens e implicações metodológicas)
- Pesquisa ação/intervenção
- Pesquisas qualitativas
- Abordagem quantitativa (econometria)
- Design research
- Quanti (surveys e experimentos)
- Abordagens quantitativas em pesquisa científica
- Premissas para definição de planos amostrais e coleta de dados

## **METODOLOGIA**

Aulas sustentadas numa aprendizagem teórica-aplicada. A leitura prévia dos textos indicados é muito importante para o aproveitamento dos seminários, das aulas expositivas-dialogadas e dos debates em grupo. O protagonismo do aluno na participação/construção das aulas é fundamental para o processo de aprendizagem individual e coletivo.

## AVALIAÇÃO

As formas de avaliação envolverão tanto a dimensão individual quanto a coletiva, e deverão contemplar a participação nas atividades realizadas em aula. Em princípio, estima-se:

Participação em aula e trabalhos em grupo = 4,0

Trabalho individual = 6,0 (análise dos artigos e apresentação dos projetos preliminares)

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRYMAN, A.; BELL, E. **Business research methods**. Oxford: Oxford University Press, 2007.

FLICK, U. **Introdução à metodologia de pesquisa**. Porto Alegre: Penso, 2013.

GERRING, J. **Case study research**. Cambridge: Cambridge University, 2007.

GODOI C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (Org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

HAIR, J. et al. **Essentials of business research methods**. USA: M.E. Sharpe, 2011.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos de metodologia científica**. Petrópolis: Vozes, 1997.

KUHN, T. **A estrutura das revoluções científicas**. 9. ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.

MARCONDES FILHO, C. Peripécias de Humberto Maturana no país da comunicação. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 31, p. 27-38, dez. 2006.

MINAYO, M. C. de S.; DESLANDES, S. F. (Org.). **Caminhos do pensamento: epistemologia e método**. Rio de Janeiro: Ed. Fiocruz, 2002.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SEKARAN, R.; BOUGIE, J. **Research methods for business: a skill building approach**. 5th ed. New York: John Wiley and Sons, 2009.

STAKE, R. **Pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Penso, 2011.

## BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BEHRENS, M. A. **Paradigma da complexidade: metodologia de projetos, contratos didáticos e portfólios**. Petrópolis: Vozes, 2006.

COOPER, D.; EMORY, W. **Business research method**. Boston: Irwin McGraw-Hill, 1995.

LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2001.

LATOUR, B. **Políticas da natureza**: como fazer ciência na democracia. Bauru: EDUSC, 2004.

LEFÈVRE, F.; LEFÈVRE A. M. C. **O discurso do sujeito coletivo**. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

MATURANA, H. R.; VARELA, F. G. **Cognição, ciência e vida cotidiana**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2001.

MORIN, E. **A cabeça bem-feita**: repensar a reforma, reformar o pensamento. 12. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

MORIN, E. **Ciência com consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

MORIN, E. Epistemologia da complexidade. In: SCHNITMAN, D. F. (Org.). **Novos paradigmas, cultura e subjetividade**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996. p. 274-289.

NICOLESCU, B. Um novo tipo de conhecimento: transdisciplinaridade. In: ENCONTRO CATALISADOR DO CETRANS, 1., 1999. Itatiba. **Anais...** Itatiba: Escola do Futuro, USP, 1999. p. 01-10.

REASON, P.; BRADBURY, H. **Handbook of action research**. London: Sage, 2001.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

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

## IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Disciplina: **Tópicos Especiais em Gestão e Negócios I – E-marketing & E-commerce**

Semestre: 2018/1

Carga horária total: 15h

Créditos: 01

Área temática: Administração de Empresas

Código da disciplina: 107419

Professor: Prof. Thomas Stenger, PhD

Prof. Dr. Guilherme Trez

## EMENTA

Apresentar temas novos ou emergentes da área de gestão e negócios, a partir de resultados de pesquisa de professores visitantes, abordando assuntos afins aos temas de dissertação do Mestrado e conteúdos relacionados às linhas de pesquisa do Programa não contemplados nas demais Unidades de Ensino do curso.

### Ementa específica:

This course aims:

- a) to develop a **culture** of e-marketing and e-commerce;
- b) to discover the marketing **practices** on the Internet and the online consumer behaviors;
- c) to acquire and master **tools, methods, and stakes** of e-marketing and e-commerce.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### Session 1

- Course Presentation
- 1. Introduction to e-marketing & e-commerce
  - inc. History and panorama

### Session 2

2. Business Models and the Internet

### Session 3

3. Shopping and Internet
  - Consumer behaviors and online shopping



- Information search and decision aid
- Prescriptions and e-shopping

#### **Session 4**

4. Social Media Marketing
  - inc. Cartography and marketing typology of social media

#### **Session 5** (if time available)

4. Shopping and Internet (part 2)
  - 4.1 Methodologies for online shopping behaviour studies

### **AVALIAÇÃO**

E-commerce web site and e-marketing analysis:

- Group work (3 people)
- Report of 5 pages (max.)
- Structure:
  - 1. Social media management
  - 2. Search tools and decision aid
  - 3. Prescription strategy

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BELK, R. W.; LLAMAS, R. **The routledge companion to digital consumption**. Routledge: Abingdon, 2013.

CHARLESWORTH, A. **Digital marketing: a practical approach**. London: Routledge Elsevier, 2014.

GAY, R.; CHARLESWORTH, A.; ESEN, R. **Online marketing: a customer-led approach**. Oxford: Oxford University Press, 2007.

ISAAC, H.; VOLLE, P. **E-commerce**. Pearson: Montreuil, 2014.

KAUSHIK, A. **Web analytics 2.0: the art of online accountability & science of customer centricity**. Sybex: Indianápolis, 2009.

STENGER, T.; BOURLIATAUX-LAJOINIE, S. (Dir.). **E-marketing et E-commerce**. Paris: Dunod, 2011.

#### **Academic Journals:**

Décisions Marketing

Electronic Commerce Research and Applications;

International Journal of Electronic Commerce;  
International Journal of Electronic Marketing and Retailing;  
Journal of Electronic Commerce Research;  
Journal of Interactive Marketing;

**Blogs and web journals:**

First Monday;  
InternetActu;  
JournalDuNet;  
Techcrunch;  
Wired.

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios**

Disciplina: **Tópicos Especiais em Gestão e Negócios I - Competitive Intelligence and Strategy for companies and/or organizations**

Ano/Semestre: 2018/1

Carga horária total: 15h

Créditos: 01

Área temática: Administração de Empresas

Código da disciplina: 107419

Professor: Prof. Olivier Coussi, PhD

Prof. Dr. Guilherme Trez

## **EMENTA**

Apresentar temas novos ou emergentes da área de gestão e negócios, a partir de resultados de pesquisa de professores visitantes, abordando assuntos afins aos temas de dissertação do Mestrado e conteúdos relacionados às linhas de pesquisa do Programa não contemplados nas demais Unidades de Ensino do curso.

### **Ementa específica:**

This course provides an overview of how competitive intelligence works, including some of the techniques used to conduct competitive intelligence and in-depth coverage about competitive intelligence specific techniques and models used as well as CI Systems. The 4 pillars of Competitive Intelligence will be cover: watching the pertinent environment, influencing the environment, protecting the immaterial assets and managing the collective intelligence.

At the end of the course, the students will be able to produce a first evaluation of any companies or organization in terms of Competitive Intelligence performance.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Session 1 – Introduction;

Session 2 – Key ideas for Competitive Intelligence;

Session 3 –Watching your pertinent environment (part 1);

Session 4 – Managing the collective intelligence & Influencing your environment;

Session 5 – Watching your pertinent environment (part 2) & Application;

Session 6 – Student Evaluation & Conclusion.

### **AVALIAÇÃO**

Make the Competitive Intelligence evaluation of your company/organization

1. Realize a self audit/diagnosis of your company &/or organization in term of Competitive Intelligence
2. Make a quantitative report with:
  - Identity of your company/organization (name, activity, size, turn over, number of employees, country of origin, & so on)
  - Results of the diagnosis
3. Make a qualitative report with:
  - For each NO response: purpose of solution
  - For each YES response: purpose of amelioration
  - Produce an astonishment report of this analysis
4. Write an anonymous study case of the analysis of your company/organization (2-3 pages maximum)

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

Material disponibilizado pelo professor.

## IDENTIFICAÇÃO

### Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Disciplina: Tópicos Especiais em Gestão e Negócios I – Abordagens Metodológicas

Ano/Semestre: 2018/1

Carga horária total: 15h

Créditos: 01

Área temática: Administração

Código da disciplina: 107419

Professor: Marcelo Jacque Fonseca e Guilherme Trez

## EMENTA

Apresentar temas novos ou emergentes da área de gestão e negócios, a partir de resultados de pesquisa de professores visitantes, abordando assuntos afins aos temas de dissertação do Mestrado e conteúdos relacionados às linhas de pesquisa do Programa não contemplados nas demais Unidades de Ensino do curso.

## METODOLOGIA

As aulas estão sustentadas numa aprendizagem teórica-vivencial. A leitura prévia dos textos indicados é fundamental para o aproveitamento dos seminários, das aulas expositivas-dialogadas, dos estudos de caso e das dinâmicas de grupo.

## AVALIAÇÃO

Participação em classe	20%
Avaliação final	<u>80%</u>
Total	100%

**Participação em classe:** A participação de cada aluno será avaliada com base na discussão dos artigos indicados no plano de ensino, perguntas, respostas, e comentários em classe.

**Avaliação final:** O tema e prazo de entrega do artigo serão definidos no primeiro encontro. O artigo deve conter no máximo dez (10) páginas e se relacionar com o tema da atividade acadêmica.

## BIBLIOGRAFIA

ALGEO, Chivonne. Exploring project knowledge acquisition and exchange through action research. **Project Management Journal**, [S.l.], v. 45, n. 3, p. 45-56, 2014.

BAUER, M. W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BEHRENS, Marilda Aparecida. **Paradigma da complexidade: metodologia de projetos, contratos didáticos e portfólios**. Petrópolis: Vozes, 2006.

BRYMAN, A.; BELL, E. **Business research methods**. Oxford: Oxford University Press, 2007

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

EDWARDS, Rosalind; TULA, Brannelly. Approaches to democratising qualitative research methods. **Qualitative Research**, [S.l.], v. 17, n. 3, p. 271-277, 2017.

FLICK, Uwe. **Introdução à metodologia de pesquisa**. Porto Alegre: Penso, 2013.

GODOI C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (Org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010

HAIR, J. et al. **Essentials of business research methods**. USA: M.E. Sharpe, 2011.

MINAYO, M. C. de S.; DESLANDES, S. F. (Org.). **Caminhos do pensamento: epistemologia e método**. Rio de Janeiro: Ed. Fiocruz, 2002.

NENTY, H. Johnson. Writing a Quantitative Research Thesis. **Int J Edu Sci**, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 19-32, 2009.

SEKARAN, R.; BOUGIE, J. **Research methods for business: a skill building approach**. 5th ed. [S.l.]: John Wiley and Sons, 2009.