

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Estratégias para Inovação e Sustentabilidade**

Semestre: 2022/1

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121602

Professor: Prof. Dr. Jorge Renato de Souza Verschoore Filho

EMENTA

Estratégias contemporâneas de inovação e sustentabilidade em contextos de rápida e constante transformação. A partir de uma revisão da recente evolução do campo da estratégia empresarial, serão abordadas as perspectivas das plataformas, ecossistemas, redes e blockchain, tendo como pano de fundo uma governança sustentável da execução estratégica. Almeja-se que os aplicantes ao doutorado profissional analisem criticamente a relação entre a teoria e a prática das perspectivas estratégicas, desenvolvendo suas competências transformacionais.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

A evolução da estratégia empresarial. Plataformas e ecossistemas. Blockchain e Big Data. Inteligência Artificial e Machine Learning. Ética, propósito e sustentabilidade.

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 das aulas que serão conduzidas de forma dialogada. Os relatos de experiências e de vivências dos alunos constituem elementos adicionais aos debates da disciplina, possibilitando a integração entre teoria e prática. Estimula-se os alunos a trazer materiais ilustrativos dos temas e dos artigos propostos para discussão.

AVALIAÇÃO

As formas de avaliação abrangem tanto a dimensão individual quanto a coletiva e contemplam a participação nas atividades realizadas em aula e a elaboração de um short paper. Short papers são textos curtos que enfocam as principais ideias de um artigo completo posterior, ou seja, eles devem explicar o propósito do artigo, a base teórica, a lacuna de pesquisa abordada, a abordagem adotada, os

métodos de análise, as principais descobertas e as contribuições. A estrutura e o formato do short paper serão informados no transcorrer do semestre.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRYNJOLFSSON, E.; MCAFEE, A. **The business of artificial intelligence: insights you need from harvard business review.** [S. l.: s. n.], 2019. p. 3-28.

CUTOLO, D.; HARGADON, A.; KENNEY, M. Competing on Platforms. **MIT Sloan Management Review**, [s. l.], v. 62, n. 3, p. 22-30, 2021.

DAVENPORT, T.; MAHIDHAR, V. What's Your Cognitive Strategy? **MIT Sloan Management Review**, [s. l.], v. 58, n. 4, p. 19-23, 2018.

GERADTS, T. H. J.; BOCKEN, N. M. P. Driving Sustainability- Oriented Innovation. **MIT Sloan Management Review**, [s. l.], v. 60, n. 2, p. 78-83, 2018.

GHEMAWAT, P. Competition and business strategy in historical perspective. **Business History Review**, [s. l.], v. 76, n. 1, p. 37-74, 2002.

HAGIU, A.; WRIGHT, J. When data creates competitive advantage. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 98, n. 1, p. 94-101, 2020.

IANSITI, M.; LAKHANI, K. R. Competing in the age of AI. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 98, n. 1, p. 61-67, 2020.

IANSITI, M.; LAKHANI, K. R. The truth about blockchain. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 95, n. 1, p. 118-127, 2017.

LACITY, M.; VAN HOEK, R. What We've Learned So Far About Blockchain for Business. **MIT Sloan Management Review**, [s. l.], v. 62, n. 3, p. 48-54, 2021.

MALNIGHT, T. W.; BUCHE, I.; DHANARAJ, C. Put purpose at the core of your strategy. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 97, n. 5, p. 70-79, 2019.

PIDUN, U.; REEVES, M.; WESSELINK, E. How healthy is your business ecosystem? **MIT Sloan Management Review**, [s. l.], v. 62, n. 3, p. 31-38, 2021.

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.

WESSEL, M.; HELMER, N. A Crisis of ethics in technology innovation. **MIT Sloan Management Review**, [s. l.], v. 61, n. 3, p. 71-76, 2020.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **A Empresa Multinacional e os Mercados de Concorrência Global**

Semestre: 2022/1

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121604

Professor: Prof. Dr. Marcelo André Machado

Prof. Dr. André Filipe Zago de Azevedo

EMENTA

A estruturação dos mercados globais e das instituições que reverberam nas decisões e estratégias de empresas multinacionais. Sistemas econômicos e de comércio internacional e seus impactos no desempenho dos países e empresas. Elementos essenciais à decisão e à gestão de empresas multinacionais.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

A estruturação dos mercados globais e das instituições que afetam decisões e estratégias de empresas multinacionais; Gestão de empresas multinacionais: novos desafios em um mundo (des) globalizado; Sistemas econômicos e de comércio internacional e seus impactos no desempenho dos países e empresas: Processo de (des)integração econômica; Internacionalização de empresas em contexto fast & furious: novos modelos de internacionalização de empresas? ou velhas fórmulas em rótulos novos?; Processo de avaliação do semestre e debate com convidados

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, virtuais e das dinâmicas de grupo.

AVALIAÇÃO

A avaliação é composta pela participação individual nos debates e atividades (20%), pela apresentação do trabalho final (30%) e pelo artigo produzido (50%) em grupos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

JAMES, H. Deglobalization: the rise of disembodied unilateralism. **Annual Review of Financial Economics**, [s. l.], v. 10, p. 219-237, 2018.

MEES-BUSS, J.; WELCH, C.; WESTNEY, D. E. What happened to the transnational? The emergence of the neo-global corporation. **Journal of International Business Studies**, [s. l.], v. 50, p. 1513-1543, 2019.

MONAGHAN, S.; TIPPMANN, E.; COVIELLO, N. Born digitals: Thoughts on their internationalization and a research agenda. **Journal of International Business Studies**, [s. l.], v. 51, n. 1, p. 11-22, 2020.

REIS, M.; SANTAROSSA, E. T.; AZEVEDO, A. F. Z.; PORTO JUNIOR, S. 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.

SAMPSON, T. Brexit: the economics of international disintegration. **Journal of Economic Perspectives**, [s. l.], v. 31, p. 163-184, 2017.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARTLETT, C. A.; GHOSHAL, S. Managing across borders: new organizational responses. **Sloan Management Review**, [s. l.], v. 29, n. 1, 1987.

BHAGWATI, J. **Em defesa da globalização**: como a globalização está ajudando ricos e pobres. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

BORDO, M. **The second era of globalization is not yet over**: an historical perspective. [S. l.]: NBER, 2017. (Working paper series, 23786).

BUCKLEY, P. J. The contribution of internalisation theory to international business: new realities and unanswered questions. **Journal of World Business**, [s. l.], v. 51, p. 74-82, 2016.

CANUTO, Otaviano. Impacto do coronavírus na Economia Global. **Revista Brasileira de Comércio Exterior**, Rio de Janeiro, n. 143, p. 4-17, 2020.

CARVALHO, M. F. P.; AZEVEDO, A. F. Z; MASSUQUETTI, A. Emerging countries and the effects of the trade war between US and China. **Economies**, [s. l.], v. 7, p. 1-22, 2019.

FORSGREN, M. A note on the revisited Uppsala internationalization process model – the implications of business networks and entrepreneurship. **Journal of International Business Studies**, [s. l.], v. 47, p. 1135-1144, 2016.

GARCIA-HERRERO, A. **From globalization to deglobalization: zooming into trade**. [S. l.]: SSRN, Dec. 2019. (Las claves de la globalizacion 4.0). Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3496563>. Acesso em: 08/06/2021

PAUL, J.; ROSADO-SERRANO, A. Gradual internationalization vs born-global/international new venture models: a review and research agenda. **International Marketing Review**, [s. l.], v. 36, p. 830-858, 2019.

RODRIK, D. **Has globalization gone too far?** Washington: Institute for International Economics, 1997.

RODRIK, D. **The globalization paradox: democracy and the future of the world economy**. New York: W.W. Norton & Company, 2011.

ROSE, A. Do we really know that the WTO increases trade? **American Economic Review**, [s. l.], v. 94, p. 98-114, 2004.

SHIN, D.; HASSE, V. C.; SCHOTTER, A. P. J. Multinational enterprises within cultural space and place: integrating cultural distance and tightness-looseness. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 60, n. 3, p. 904-921, 2017.

SUBRAMANIAN, A.; WEI, S. The WTO promotes trade, strongly but unevenly. **Journal of International Economics**, [s. l.], v. 72, p. 151-175, 2007.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Filosofia da Ciência e o Método Científico**

Semestre: 2022/1

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121597

Professor: Prof. Dr. José Antônio Valle Antunes Junior

EMENTA

Conceitos que orientam a condução de pesquisas científicas com significativa relevância para o contexto organizacional. Discute-se indução, dedução, paradigma, programa de pesquisa e anarquismo epistemológico, ciência natural e ciência do artificial, abordagens filosóficas da ciência, positivismo, realismo, interpretativismo e pragmatismo.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Compreender as diferenças entre as abordagens indutiva e dedutiva a partir do pensamento de Karl Popper
- O que Karl Popper pode dizer à Administração, à Gestão e aos Negócios.
- Compreender o pensamento de T.S. Kuhn e a noção de paradigma.
- Compreendendo o pensamento dos Programas de Pesquisa (Lakatos) e o Anarquismos Epistemológico (Feyerabend)
- A gestão e os negócios: o que Popper/Kuhn/Lakatos/Feyerabend podem dizer em relação ao tema em cena.

METODOLOGIA

AVALIAÇÃO

Participação em Aula – 20%

Trabalhos Parciais (Resenhas Críticas, Análise de Papers etc...) – 30%

Artigo Final da Disciplina – 50%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ANTUNES, J. A. V. O método de trabalho. *In*: ANTUNES, J. A. V. **Em direção a uma teoria geral do processo na administração da produção**: uma discussão sobre a possibilidade de unificação da teoria das restrições e da teoria que sustenta a construção dos sistemas de produção com estoque zero. 1988. Tese de Doutorado no PPGA/UNISINOS, Porto Alegre, 1988. Capítulo 2.

BURRELL, Gibson; MORGAN, Gareth. **Sociological paradigms and organizational analysis**. London: Heinemann, 1979.

CHALMERS, A.F. **O que é a ciência afinal?** São Paulo: Editora Brasiliense, 1993. Capítulo VII – Teorias como Estruturas: Programas de Pesquisa; Capítulo 174 – A Teoria Anarquista do Conhecimento em Feyerabend.

DAMKE, E. J.; WELTER, S. A.; SILVA, E. D. A administração é uma ciência? Reflexões epistemológicas acerca de sua cientificidade. **Revista de Ciências da Administração**, [s. l.], v. 12, n. 28, p. 125-144, set./dez. 2010.

KUHN, T. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1982.

LAKATOS, Imre. **La metodología de los programas de investigación científica**. Madrid: Alianza Editorial, 1989. Introducción: ciencia Y pseudociencia; Capítulo 1 – La Falsación y la metodología de los programas de investigación científica.

MATTOS, Pedro Lincoln C. L. O que diria Popper à literatura administrativa de mercado? **Revista de Administração de Empresas**, [s. l.], v. 43, n. 1, p. 60-69, 2003.

MINTZBERG, H. **MBA? Não, obrigado!** Uma visão crítica sobre a gestão e o desenvolvimento de gerentes. [S. l.]: Editora Bookman, 2006. Capítulo 1 e 2 (páginas 20 a 73).

POPPER, K; ECCLES, J. **O eu e seu cérebro**. Brasília, DF: Editora Papyrus: Editora da Universidade de Brasília, 1991. Capítulo P2 – Os Mundos I, II e III.

POPPER, K. A. **Lógica da pesquisa científica**. São Paulo: Editora Cultura, 2013. – Capítulo 1: Colocação de Alguns Problemas Fundamentais.

POPPER, K. **Conjecturas e refutações**. 3. ed. Brasília, DF: Editora da UNB, 1994. Introdução – As Origens do Conhecimento e da Ignorância; Capítulo 1: Ciência: Conjecturas e Refutações.

POPPER, K. **Em busca de um mundo melhor**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2006. Capítulo 1 – Conhecimento e Formação da Realidade – A Busca de um Mundo Melhor

POPPER, K. **Textos escolhidos**. Organização e Tradução: David Muller. Rio de Janeiro: Contraponto: Editora PUC, 2010. Capítulo 7 – O Problema da Indução; Capítulo 8 – O Problema da Demarcação.

POPPER, K. **Textos escolhidos**. Organização e Tradução: David Muller. Rio de Janeiro: Contraponto: Editora PUC, 2010. Capítulo 24 – Engenharia Social Gradativa.

SHAREEF, R. Want better business theories? Maybe Karl Popper has the answer. **Academy of Management Learning & Education**, [s. l.], v. 6, n. 2, p. 272-280, 2007.

TAFFAREL, M. Silva; SILVA, E. D. A. Cientificidade da administração em debate, **RAD**, [s. l.], v. 15, n. 3, p. 33-56, set./out./nov./dez. 2013.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ABRAHÃO, Luiz Henrique de Lacerda (org.). **Kuhn, Feyerabend e incomensurabilidade**: textos selecionados de Paul Hoyningen-Huane. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

DiMAGGIO, P. Comments on “What theory is not”. **Administrative Science Quarterly**, [s. l.], v. 40, n. 3, p. 391-397, 1995.

FEYERABEND, P. **Adeus à razão**. Rio de Janeiro: Biblioteca de Filosofia Contemporânea: Edições 70, 2010.

MEREDITH, J. Theory building through conceptual methods. **International Journal of Operations & Production Management**, [s. l.], v. 13, n. 5, p. 3-11, 1993.

RANDERS, J. **Elements of the dynamics method**. [S. l.] Productivity Press, 1980.

SUTTON, R.; STAW, B. O que não é teoria. **Revista de Administração de Empresas**, [s. l.], v. 43, n. 3, p. 74-84, jul./set. 2003.

VAN DER VEN, A. H. Nothing is quite so practical as a good theory. **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 14, p. 486-489, 1989.

WEICK, K. What theory is not, theorizing is. **Administrative Science Quarterly**, [s. l.], v. 40, n. 3, p. 385-390, 1995.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Mentoring e Coaching como Estratégia de Transformação de Líderes e Organizações**

Semestre: 2022/1

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121609

Professor: Profa. Dra. Patrícia Martins Fagundes Cabral

EMENTA

Fundamentos conceituais do Mentoring e do Coaching como estratégia de desenvolvimento de pessoas, de sucessão e de alavancagem dos resultados sustentáveis nas organizações. Distinções entre mentoring e coaching, bem como suas respectivas aplicações práticas no contexto das relações de trabalho, promovendo a reflexão crítica sobre as mesmas, para além da banalização mercadológica. Discute os princípios do processo de transformação pessoal e profissional (autoconhecimento), indicando recursos para construir processos conversacionais mais efetivos na cultura organizacional a partir da perspectiva ontológica. Ênfase às competências do líder mentor e coach, bem como a importância da ética e do propósito da liderança na formação e desenvolvimento de sucessores e de agentes de práticas transformadoras. Ciclo de Aprendizagem Vivencial (vivência, reflexão, conceituação e contextualização) em processo de coaching e coachee.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- O desafio de desenvolver lideranças no cenário atual. Distinções preliminares entre mentoring e coaching. Ponto e contraponto sobre a prática do coaching. Riscos e contribuições do Coaching Executivo;
- Escuta e análise sobre prática de coaching no contexto organizacional e profissional;
- Autoconhecimento; escuta e desenvolvimento;
- Peer Coaching. Liderança Ressonante. Processos Conversacionais;
- Distinções entre mentoring e coaching. Mentoring, gênero e desenvolvimento de carreira;
- Proposições de Coaching e de Mentoring: perspectiva organizacional e pessoal.

METODOLOGIA

Encontros sustentados numa aprendizagem teórica-vivencial, de caráter sistêmico e interdisciplinar, em ambiente presencial ou remoto. 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 distintos espaços de aprendizagem. O protagonismo do aluno na participação/construção das aulas (presenciais ou remotas) 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 = 5,0; Participação qualificada nas aulas = 1,0

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BOYATZIS, Richard E.; SMITH, Melvin L.; VAN OOSTEN, Ellen; WOOLFORD, Lauris. Developing resonant leaders through emotional intelligence, vision and coaching. **Organizational Dynamics**, [s. l.], v. 42, p.17-24, 2013. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.orgdyn.2012.12.003>.

ECHEVERRÍA, Rafael. **Ética y coaching ontológico**. Santiago del Chile: JC Sáez Ed, 2015.

ECHEVERRÍA, Rafael. **La empresa emergente: la confianza y los desafíos de la transformación**. 1. ed. Buenos Aires: Granica, 2015.

GHOSH, Rajashi. Antecedents of mentoring support: a meta-analysis of individual, relational, and structural or organizational factors. **Journal of Vocational Behavior**, [s. l.], v. 84, p. 367-384, 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jvb.2014.02.009>. Acesso em: 08/06/2021

GHOSH, Rajashi; REIO JUNIOR, Thomas G. Career benefits associated with mentoring for mentors: a meta-analysis. **Journal of Vocational Behavior**, [s. l.], v. 83, p. 106-116, 2013. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jvb.2013.03.011>. Acesso em: 08/06/2021

GRANT, Anthony M. The efficacy of executive coaching in times of organisational change. **Journal of Change Management**, [s. l.], v. 14, n. 2, p. 258-280, 2014. DOI:10.1080/14697017.2013.805159 Disponível: <http://dx.doi.org/10.1080/14697017.2013.805159>. Acesso em: 08/06/2021

KEMPSTER, S.; JACKSON, B.; CONROY, M. Leadership as purpose: exploring the role of purpose in leadership practice. **Leadership**, [s. l.], v. 7, p. 317-334, 2011.

RAMASWAMI, Aarti; HUANG, Jia-Chi; DREHER, George. Interaction of gender, mentoring, and power distance on career attainment: a cross-cultural comparison. **Human Relations**, [s. l.], v. 67, n. 2, p. 153-173, 2014. DOI: 10.1177/0018726713490000. Acesso em: 08/06/2021

THEEBOOM, Tim; BEERSMA, Bianca; VAN VIANEN, Annelies E. M. Does coaching work? A meta-analysis on the effects of coaching on individual level outcomes in an organizational context. **The Journal of Positive Psychology: dedicated to furthering research and promoting good practice**, [s. l.], v. 9, n. 1, p. 1-18, 2014. DOI: 10.1080/17439760.2013.837499. Acesso em: 08/06/2021

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DONEGAN, M. M.; OSTROSKY, M. M.; FOWLER, S. A. Peer coaching: teachers supporting teachers. **Young Exceptional Children**, [s. l.], v. 3, n. 3, p. 9-16, 2000.

ECHEVERRÍA, R. **Ética y coaching ontológico**. Santiago del Chile: JC Saéz, 2015.

GOLDSMITH, M.; LYONS, L.; MCARTHUR, S. (org.). Tradução Clarisse Cardoso. **Coaching: o exercício da liderança**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

KOUZES, J. M.; POSNER, B. Z. Quando líderes são coaches. *In*: GOLDSMITH, Marshall. **Coaching: o exercício da liderança**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

MARQUES, I. R.; DIMAS, I. D.; LOURENÇO, P. R. Eficácia, emoções e conflitos grupais: a influência do coaching do líder e dos pares. **Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia**, [s. l.], v. 7, n. 1, p. 67-81, 2014.

PASCUAL, L. P. R.; ROSILLO, V. M. M. Efectividad del coaching grupal sobre el desarrollo de la autorregulación del aprendizaje en estudiantes de ingeniería. **Cuadernos de Investigación Educativa**, [s. l.], v. 6, n. 1, p. 71-88, 2015. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5367412.pdf> <https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=5367412>. Acesso em: 08/06/2021

REIS, H. **Coaching ontológico**: doutrina fundamental. Brasília, DF: Trampolim, 2016.

TOLFO, S. da R. A liderança: da teoria dos traços ao coach. *In*: BITENCOURT, Claudia. **Gestão contemporânea de pessoas**: novas práticas, conceitos tradicionais. [S. l.: s. n.], 2004. p. 271-298.

TURANO, L. M.; CAVAZOTTE, F. Conhecimento científico sobre liderança: uma análise bibliométrica do acervo do The Leadership Quarterly. **Revista de Administração Contemporânea**, [s. l.], v. 20, n. 4, p. 434-457, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2016140075>. Acesso em: 08/06/2021

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Projeto de Intervenção em Organizações I**

Semestre: 2022/1

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121605

Professor: Prof. Dr. Marcelo André Machado

Prof. Dr. André Filipe Zago de Azevedo

EMENTA

Complementação do processo de geração de conhecimento, obtido nas atividades acadêmicas de base mais teórico-conceitual, a partir de uma perspectiva prática e aplicada. Análise de ambientes, identificação e análise de problemas por uma perspectiva multidisciplinar e proposição de alternativas de ação/solução que sejam inovadoras e sustentáveis.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Contemplar, em uma análise integrada, as perspectivas econômicas, estratégicas, comportamentais e científico-tecnológicas
- Incluir na análise os temas e as discussões que vêm sendo trabalhadas nas Atividades Acadêmicas do semestre
- Contemplar reflexão sobre o lugar de onde cada doutorando estabelece seu olhar de análise
- Análise deverá atender ao pressuposto fundamental do Programa Profissional, qual seja, orientar, de maneira consistente e embasada, a prática transformadora

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Projeto de Intervenção em Organizações III**

Semestre: 2022/1

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121607

Professor: Profa. Dra. Patrícia Martins Fagundes Cabral

Prof. Dr. José Carlos da Silva Freitas Junior

EMENTA

Complementação do processo de geração de conhecimento, obtido nas atividades acadêmicas de base mais teórico-conceitual, a partir de uma perspectiva prática e aplicada. Análise de ambientes, identificação e análise de problemas por uma perspectiva multidisciplinar e proposição de alternativas de ação/solução que sejam inovadoras e sustentáveis.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Abordagens Metodológicas**

Semestre: 2022/1

Carga horária: 30h Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121598

Professor: Prof. Dr. Gabriel Sperandio Milan

Prof. Dr. Ivan Lapuente Garrido

EMENTA

Contextualização e problematização no campo de pesquisa “Gestão e Negócios”, sensibilizando para a importância da construção do problema de pesquisa, bem como dos demais elementos que constituem um trabalho acadêmico de investigação teóricoempírico. Discute as abordagens qualitativa e quantitativa, apresentando distintas possibilidades e estratégias metodológicas (Estudo de Caso, Survey, Design Research, Pesquisa-Ação, entre outros).

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Controle de Gestão**

Semestre: 2022/1

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: Mestrado: 104401

Professor: Prof. Dr. Gabriel Sperandio Milan

Doutorado: 121629

EMENTA

Controle de Gestão a partir de uma perspectiva de gestão estratégica, considerando como objetivo final o sucesso na execução da estratégia, com implementação dos processos de planejamento, implementação e monitoramento da estratégia. Metodologias de integração e controle de gestão, vinculando de maneira coerente estratégia, projetos, processos, pessoas e estruturas organizacionais, orientando o comportamento gerencial, e instituindo uma cultura de execução, que deve resultar na sustentabilidade da estratégia. Tecnologias da informação e comunicação na implementação do conceito de pilotagem de empresas e controles informatizados, com proatividade na gestão do Plano Estratégico, numa perspectiva sistêmica e sustentada.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Desenvolvimento da Estratégia. Estabelecimento das declarações de missão, visão e valores. A agenda de mudança estratégica. Análises Estratégicas. Análise Externa - Análise PESTEL. Análise Interna – Apresentação e Análise da Cadeia de Valor. Construção da Matriz SWOT. Apresentação do Balanced Scorecard.
- Planejamento da Estratégia. Balanced Scorecard e criação do Mapa Estratégico. Identificação e Seleção de Temas Estratégicos. Seleção e Identificação de Indicadores e Metas dos Indicadores.
- Projetos Estratégicos. Sustentabilidade da Mudança. ROI e PAYBACK de investimentos em ativos intangíveis. Financiamento da Estratégia - A definição dos recursos financeiros para a execução da estratégia. STRATEX – Orçamento Estratégico. Responsabilidade e Prestação de Contas – Accountability.

- Desdobramento e Alinhamento Organizacional – Desdobramento da Estratégia para as Unidades de Negócio e para os departamentos. Alinhando Unidades Organizacionais e colaboradores. Planejamento das Operações – Projeções de Vendas. Construção da DRE projetada. Monitoramento e Aprendizado.
- Controle de Gestão e Gestão da Execução da Estratégia. Criação da Cultura de Execução. Processos de Monitoramento da Estratégia. Reuniões de Análise da Operação e da Estratégia. Criação do Calendário de Gestão Estratégica.

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 e documentos ilustrativos das situações discutidas em classe.

AVALIAÇÃO

As formas de avaliação envolverão tanto a dimensão individual quanto a coletiva, e deverão contemplar a participação nas atividades realizadas em aula. Serão avaliados aspectos como participação dos alunos em sala de aula, trabalhos e cases apresentados em aula pelos grupos, e pela participação individual, sendo o trabalho final, correspondente à mobilização do conjunto mais relevante de conhecimentos desenvolvidos, a apresentação de um Projeto de Planejamento Estratégico para uma instituição Objeto do Estudo de Caso, envolvendo o conjunto de etapas do processo de Planejamento Estratégico. Qualidade da construção do Plano Estratégico e Qualidade da defesa do Projeto. Os alunos serão organizados em grupos e aplicarão os conceitos em empresas selecionadas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BOSSIDY, L.; CHARAN, R. **Execução**: a disciplina para atingir resultados. São Paulo: Campus, 2004.

FUNDAÇÃO PRÊMIO NACIONAL DA QUALIDADE (FPNQ). **Planejamento do sistema de medição do desempenho global – Relatório do Comitê Temático**. 2. versão. Brasília, DF: FPNQ, jul. 2002.

FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE (FNQ). **Modelo de Excelência da Gestão (MEG)**: instrumento de avaliação da maturidade da gestão. 21. ed. São Paulo: FNQ, 2017.

GANS, Joshua; SCOTT, Erin L.; STERN, Scott. Estratégia para startups. **Harvard Business Review**, [s. l.], 2018.

HUBBARD, Douglas W. **Como mensurar qualquer coisa**: encontrando o valor do que é intangível nos negócios. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. **Mapas estratégicos**: convertendo ativos intangíveis em resultados tangíveis. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. (Balanced scorecard).

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. **A execução premium**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

KAPLAN, R.S.; NORTON, D.P. **Alinhamento**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2008.

KAPLAN, R.; NORTON, D. **A execução premium**: vinculando estratégia com operações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

SIMONS, Robert. **Performance measurement & control systems for implementing strategy**: text and cases. New Jersey: Prentice Hall, 2000.

KLUBECK, M. **Métricas**: como melhorar os principais resultados de sua empresa. São Paulo: NovaTec, 2012.

MAGRETTA, Joan. **Entendendo Michael Porter**: o guia essencial da competição e estratégia. 1. ed. São Paulo: HSM Editora, 2012.

McCHESNEY, C.; COVEY, S.; HULING, J.; MORAES, B. **As 4 disciplinas da execução**: garanta o foco nas metas crucialmente importantes. Rio de Janeiro: Campus, 2018.

MORRISON, R. **Data driven organization design: sustaining the competitive edge through organization analytics**. Great Britain: Kogan Page 2015.

PORTER, M. **Vantagem competitiva**: criando e sustentando um desempenho superior. 31. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

TEIXEIRA, Thales S.; JAMIESON, Peter. **The decoupling effect of digital disruptors**. [S. l.]: Harvard Business School, 2014. (Working paper, 15-031).

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CAMPOS, V. Falconi. **Gerenciamento pelas diretrizes (Hoshin Kanri)**. Belo Horizonte: Editora QFCO: Escola de Engenharia da UFMG, 1996.

CAMPOS, V. Falconi. **Gerenciamento da rotina do dia-a-dia**. Belo Horizonte: Ed. de Desenvolvimento Gerencial, 1994.

CHARAM, R.; COLVIN, G. Why CEOs fail. **Fortune**, [s. l.], v. 139, p. 68-78, June 1999.

KRONMEYER FILHO, Oscar Rudy. **Pilotagem de empresas**: uma nova abordagem no desdobramento, implementação e monitoramento da estratégia. 2006. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Escola de Engenharia, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

RAPS, A. Strategy implementation: an insurmountable obstacle? **Handbook of Business Strategy**, [s. l.], v. 6, n. 1, p. 141-146, 2005.

RICHMOND, B. A. New language for leveraging scorecard-driven learning. **Balanced Scorecard Report**, Boston, v. 3, n. 1, p.11-14, Jan./Feb. 2001.

SENGE, Peter. **A dança das mudanças**: os desafios de manter o crescimento e o sucesso em organizações que aprendem. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

SIMONS, R. **Performance management & control systems for implementing strategy**. New Jersey: Prentice Hall, 2006.

SMITH, Debra. **The measurement nightmare**: how the theory of constrains can resolve conflicting strategies, policies, and measures. Washington: St. Lucie, 2000.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Estudo das Organizações**

Semestre: 2022/1

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: Mestrado: 104395

Professor: Prof. Dr. José Antônio Valle Antunes Júnior

Doutorado: 121623

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;

- A Economia da Cooperação
- Inovação
- Os negócios e a digitalização
- 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, 2013.

ANTUNES, J. A. V; HORN, C. H; PELLEGRIN, I. D; Vaz, E. **Remando contra a maré: a política industrial do RS (2011 a 2014)**. [S. l.]: Editora 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.

BERTERO, C.O. **Ensino e pesquisa em administração**. São Paulo: Editora Thompson, 2006. (Coleção Debates em Administração).

BRESSER-PEREIRA, L. C. **A construção política do Brasil**. São Paulo: Editora 34, 2014.

CALDEIRA, J. **Nem céu, nem inferno: ensaios para uma visão renovada da história do Brasil**. São Paulo: Editora Estrela, 2015.

CASTELS, M. **A Sociedade em rede: a era da informação**. [S. l.]: Editora 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: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1998.

CHANG, Ha-Joon. Industrial policy: we can go beyond an unproductive confrontation? *In*: ANNUAL WORLD BANK CONFERENCE ON DEVELOPMENT ECONOMICS (ABDCE), 2009, Seoul. **Anais** [...]. Seoul: Faculty of Economics, 2009.

CHUNG, M-K. Is it new paradigma? Modular production system in Hyundai. *In*: GERPISA INTERNATIONAL COLLOQUIUM, 13., 2005, Paris. **Anais** [...]. Paris: GERPISA, 2005.

COSTA, Achyles Barcelos da. O desenvolvimento econômico na visão de Joseph Schumpeter. **Cadernos IHU Idéias**: Instituto Humanitas Unisinos, São Leopoldo, ano 4, n. 47, 2006.

COSTA, Beatriz M. e. Cooperação e capital social em arranjos produtivos locais. **RDE – Revista de Desenvolvimento Econômico**, [s. l.], ano 9, n. 15, p. 51-60, jan. 2007.

DRUCKER, P. **Post-capitalist society**. New York: Harper 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.

GALLOWAY, S. **Os quatro**: Apple, Amazon, Facebook e Google – o segredo dos gigantes da tecnologia São Paulo: Editora HSM, 2017.

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

LEFF, N. **Subdesenvolvimento e desenvolvimento no Brasil**. [s. l.]: Editora Expressão e Cultura, 1991. v. 1 e v.2.

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: Editora Campus, 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.

LIMA, M. C. **Os boêmios cívicos: a assessoria econômico-político de Vargas (1951-54)**. Rio de Janeiro: Centro Internacional Celso Furtado: Banco do Nordeste: E- Papers Serviços Editoriais, 2013.

MAZZUCATO. **The Entrepreneurial state**. London: Pen University: Demos: Magdalen House, 2011.

MUSACCHIO, A; Lazzarini, G. L. **Reinventando o capitalismo de estado: o Leviatã nos negócios: Brasil e outros países**. São Paulo: Portfólio-Penguin: Editora Schwarcz, 2015.

MULLER, C. A. **A história econômica do Rio Grande do Sul: edição comemorativa aos 70 anos do Banrisul – 1928/1998**. Porto Alegre: Imprensa Editora Grande Sul, 1998.

NETTO, J. N. **A saga do álcool: fatos e verdades sobre os 100 anos de história do álcool em nosso país**. São Paulo: Editora Novo Século, 2007.

NUNES, F. L. **Sistema Hyundai de produção: uma proposição de modelo conceitual**. 2015. 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, São Leopoldo, 2015.

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

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

PORTER, M. E.; HEPPELMANN, J. E. Como produtos inteligentes e conectados estão transformando a competição. **Harvard Business Review Brasil**, [s. l.], 30 maio 2016.

PRADO JUNIOR, Caio. **Formação do Brasil contemporâneo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

PROENÇA, A.; LACERDA, D. P.; ANTUNES, J. A. V.; TÁVORA, J. L.; SALERNO, M. **Gestão da inovação e competitividade no Brasil: da teoria para a prática.** Porto Alegre: Editora Bookman, 2015.

ROGERS, David L. **Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital.** São Paulo: Editora Autêntica Business, 2019.

RIBEIRO, D. **O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil.** São Paulo: Companhia das Letras: Editora Shwarcz, 1995.

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 [...].** [S. l.: s. n.], 1990. v. 6, p. 143-159.

SCHWARCZ, L. M. **As barbas do Imperador: Dom Pedro II, um monarca nos trópicos.** São Paulo: Editora Companhia das Letras: Editora Shwarcz, 1988.

SLOAN, A. **Meus anos com a General Motors.** São Paulo: Negócios Editora, 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. l.]: Toyota Motor Corporation, 1987.

YERGIN. D. **O petróleo: uma história mundial de conquistas, poder e dinheiro.** São Paulo: Editora Paz e Terra, 2010.

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

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

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

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Gestão Estratégica**

Semestre: 2022/1

Carga horária: 30h Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: Mestrado: 104396

Professor: Prof. Dr. Jorge Renato de Souza Verschoore Filho

Doutorado: 121624

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

- Aula 1 Apresentação
- Aula 2 A emergência da estratégia empresarial no pós-guerra. O design e o planejamento estratégico
- Aula 3 A racionalidade econômica na gestão estratégica. O legado de Michael Porter
- Aula 4 A ascensão do incrementalismo lógico. Estratégias Deliberadas X Estratégias Emergentes
- Aula 5 Os recursos estratégicos e as competências centrais
- Aula 6 Teoria dos Jogos e o nascimento da Coopetição
- Aula 7 Modelos de Negócio
- Aula 8 Estratégias enxutas e ecossistema empreendedor
- Aula 9 Redes e plataformas estratégicas
- Aula 10 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.

HAGIU, A. Strategic Decisions for Multisided Platforms. **MIT Sloan Management Review**, [s. l.], v. 55, n. 2, p. 71-80, 2014.

HENDERSON, B. D. The origin of strategy. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 67, n. 6, p. 139-143, 1989.

ISENBERG, Daniel J. How to start an entrepreneurial revolution. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 88, n. 6, p. 40-50, 2010.

MAGRETTA, J. Why business models matter. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 80, n. 5, p. 86-92, 2002.

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.

MINTZBERG, H. The fall and rise of strategic planning. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 72, n. 1, p. 107-114, 1993.

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

PRAHALAD, C. K.; HAMEL, G. The core competence of the corporation. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 68, n. 3, p. 79-91, 1990.

SHAFER, S. M.; SMITH, H. J.; LINDER, J. C. The power of business models. **Business Horizons**, [s. l.], v. 48, n. 3, p. 199-207, 2005.

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.

VERSCHOORE, J. R. Desafios do ensino de estratégia em mestrados e doutorados profissionais. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, [s. l.], v. 59, n. 1, p. 57-61, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRANDENBURGER, A. M.; NALEBUFF, B. J. The Rules of coopetition. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 99, n. 1, p. 48-57, 2021.

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

CHRISTENSEN, C. M.; BOWER, J. L. Customer power, strategic investment, and the failure of leading firms. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 17, n. 3, p. 197-218, 1996.

HEDMAN, J.; KALLING, T. The business model concept: theoretical underpinnings and empirical illustrations. **European Journal of Information Systems**, [s. l.], v. 12, n. 1, p. 49-59, 2003.

MCINTYRE, D. P.; SRINIVASAN, A. Networks, platforms, and strategy: Emerging views and next steps. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 38, n. 1, p. 141-160, 2017.

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.

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.

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.