IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: ☒ Mestrado ☐ Doutorado

Disciplina: Tópicos Especiais em Gestão e Negócios I – Projeto de Dissertação

Semestre: 2021/2 Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração Código da disciplina: 107419_T18

Professor: Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca

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.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

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	80%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALGEO, Chivonne. Exploring project knowledge acquisition and exchange through action research. **Project Management Journal**, [*s. l.*], v. 45, n. 3, p. 46-56, 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; BRANNELLY, Tula. 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**. [*S. l.*]: M. E. Sharpe, 2011.

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

NENTY, H. Johnson. Writing a quantitative research thesis. **International Journal of Educational Sciences**, [*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.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: ☒ Mestrado ☐ Doutorado

Disciplina: Gestão da Inovação

Semestre: 2021/2 Carga horária: 30h Créditos: 2

Área temática: Administração Código da disciplina: 104403

Professor: Prof. Dr. Alsones Balestrin e Prof. Daniel Pedro Puffal

EMENTA

Processos de estratégia de inovação nas organizações. Os processos de inovação nas organizações e seu impacto na cultura das empresas. Conceitos e tipologias de inovação. Gestão da inovação e características das organizações inovadoras. Inovação sustentável, aberta e colaborativa. Sistemas regional e nacional de inovação. Dinâmica das redes de inovação. Estudos de caso sobre inovação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Conceitos e reflexões sobre inovação
- Conhecimento e Inovação
- Gestão da Inovação
- Collaboration, open innovation e co-creation
- Disrupção na inovação
- O ambiente da inovação
- Cooperação Universidade-Empresa
- O financiamento da inovação
- Inovação para a base da pirâmide

OBJETIVOS

A disciplina Gestão da Inovação tem como objetivo discutir os conceitos centrais e os processos estratégicos relativos à inovação, a partir de três eixos: fontes de inovação; contexto da inovação; e estratégia e organização para a inovação. A partir de casos relevantes, estuda-se a influência do ambiente, do uso de recursos e dos processos para inovação nas empresas. Espera-se que ao final da disciplina os alunos tenham a capacidade de implementar e acompanhar projetos de inovação em organizações.

METODOLOGIA

Aula expositiva e dialogada, apresentação de seminários, apresentação e discussão de casos de estudo.

AVALIAÇÃO

Participação em Aula, Apresentação e Discussão de Case 30%
Trabalho em Grupo – Análise de Caso Prático 30%
Avaliação Individual 40%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ANKRAH, S.; AL-TABBAA, O. Universities-industry collaboration: a systematic review. **Scandinavian Journal of Management**, [*s. l.*], v. 31, p. 387-408, 2015.

BARCZAK, G.; KAHN, K. Identifying new product development best practice. **Business Horizons**, [*s. l.*], v. 55, p. 293-305, 2012.

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

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

COOPER, R. Perspective: the stage-gates idea-to-launch process — update, what's new, and nexgen systems. **The Journal of Product Innovation Management**, [*s. l.*], v. 25, p. 213-232, 2008.

FACCIN, kadígia; BALESTRIN, alsones. The dynamics of collaborative practices for knowledge creation in joint R&D projects. **Journal of Engineering and Technology Management**, [*s. l.*], v. 48, p. 28-43, 2018.

GRANSTRAND, O.; HOLGERSSON, M. Innovation ecosystems: a conceptual review and a new definition. **Technovation**, [*s. l.*], v. 90/91, 2020

GRÖNLUND, J; SJÖDIN, D. R.; FRISHAMMAR, J. Open innovation and the stage-gate process: a revised model for new product development. **California Management Review**, [*s. l.*], v.52, n. 3, Spring 2010.

HOSSAIN, M. Frugal Innovation: a review and research agenda. **Journal of Cleaner Production**, [*s. l.*], v. 182, p. 926-936, 2018.

LIM, C., TAKAHIRO, F. Frugal innovation and design changes expanding the cost-performance frontier: a Schumpeterian approach. **Research Policy**, [*s. l.*], 48, p. 1016-1029. 2019.

MALERBA, F.; ADAMS, P. Sectoral Systems of Innovation. *In:* DOGDGSON, M.; GANN, D. M.; PHILLIPS, N. **The Oxford handbook of innovation management**. Oxford: Oxford University Press, 2015. p. 380-406.

NAMBISAN, S.; LYYTINEN, K.; YOO, Y. Digital innovation: towards a transdisciplinary perspective. Cap. 1, Introduction. *In:* NAMBISAN, A.; KEITHLEY, N.; KEITHLEY, J. Handbook of digital innovation. [*S. l.*]: E-Elgar, 2020. p. 2-12.

NONAKA, I; KODAMA, M; HIROSE, A; KOHLBACHER, F. Dynamic fractal organizations for promoting knowledge-based transformation – a new paradigm for organizational theory. **European Management Journal**, [*s .l.*], 2013.

PUFFAL, D. P,; JUFFONI, J.; SPRICIGO, G. Empirical evidence for Brazilian Firms in terms of University-Industry interaction public funding and innovation outcome. International Journal of Innovation Management, In Press, v. 25, n. 4, 2150040, 2021.

RAPINI, M. S.; CHIARINI, T.; BITTENCOURT, P.; CALIARI, T. The intensity of private funding and the results of university? Firm interactions: the case of Brazil. **Innovation & Management Review**, [*s. l.*], v. 16, n. 2, 2019.

SALTER, A.; ALEXY, O. The nature of innovation. *In:* DOGDGSON, M.; GANN, D. M.; PHILLIPS, N. **The Oxford handbook of innovation management**. Oxford: Oxford University Press, 2015. p. 26-52.

MARTINS, B. V.; FACCIN, K.; MOTTA, G. DA S.; BERNARDES, R.; BALESTRIN, A. Evolução e tendências da agenda de pesquisa internacional em inovação. **RAE**-revista de administração de empresas, [*s. l.*], v. 59, n. 4, p. 293-307, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BUELL, R. W.; OTAZO, A. **IDEO**: Human-Centered Service Design. [*S. l.*]: Harvard Business School Publishing, Jan. 2016.

BUENO, B.; BALESTRIN, Alsones. Inovação colaborativa: uma abordagem aberta no desenvolvimento de novos produtos. **RAE**: revista de administração de empresas, [*s. l.*], v. 52, p. 517-530, 2012. Case.

ORAZBAYEVA, B. **Siemens research cooperation with universities**: strategic university relations strengthening Siemens' ingenuity. Munich: Siemens AG, [2020?]. Disponível em: https://ub-cooperation.eu/index/casestudies. Acesso em: dia ago. 2020.

CHESBROUGH, H.; BOGERS, M.; STRAND, R. **Sustainability through open innovation**: Carlsberg and the green fiber bottle. [*S. l.*]: Berkeley-Haas Case Series, Oct. 2018.

COSTA, A. C.; SZPIRO, M.; CASSIOLATO, J. E. Análise da operação do instrumento de subvenção econômica à inovação no Brasil. *In:* CONFERÊNCIA INTERNACIONAL LALICS, 2013, Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013.

DYER, Jeffrey; NOBEOKA, Kentaro. Creating and managing a high-performance knowledge-charring network: the Toyota case. **Strategic Management Journal**, [*s. l.*], v. 21, p. 345-367, 2000. Case.

EISENMANN, T. R.; RIES, Eric; DILLARD, S. **Experimenting in the entrepreneurial venture**. [*S. l.*]: Harvard Business, 2014. (Core curriculum).

NAGANO, M. S.; STEFANOVITZ; J. P.; VICK, T. E. Innovation management processes, their internal organizational elements and contextual factors: an investigation in Brazil. **Journal of Engineering and Technology Management**, [*s. l.*], v. 33, p. 63-92, 2014.

PANCER, E.; GULLIVER, K.; MACLEOD, M. **Uber elevate**: the case for flying cars. [*S. l.*]: Ivey Business School Foundation, 2018.

PUFFAL, D. P.; RUFFONI, J; SCHAEFFER, P. R. Características da interação universidade-empresa no brasil: motivações e resultados sob a ótica dos envolvidos. **Revista Gestão Contemporânea**, [*s. l.*], v. 1, p. 71-94, 2012.

SANTOS, P. S.; ROCHA, M. T. S.; SOUZA, S. G. A. Financiamento da inovação no Brasil: uma abordagem sobre a influência dos incentivos fiscais na atividade inovativa industrial. **Economia e Desenvolvimento**, [*s. l.*], v. 31, 8, p. 1-16, 2019.

SHIH, W. **Exploration vs. exploitation**. [*S. l.*]: Harvard Business Scholl, July 1, 2013.

TOLENTINO, C. M. A.; SILVA, L. A.; ROCHA, C. B. Mensurando sistemas nacionais de inovação: evidências a partir da análise multivariada de dados. **Revista Eletrônica Gestão & Sociedade**, [*s. l.*], v. 11, n. 28, p. 1651-1679, 2017.

WINKLER,T.; ULZ, A.; KNÖBL, W.; LERCHER, H. Frugal innovation in developed markets: Adaption of a criteria-based evaluation model, **Journal of Innovation & Knowledge**, in press, 2019.

WOOLLEY, R. **AREA Science Park**: developing the economic system of enterprises through innovation and technological research. Trieste: AREA Science Park: Innovation Factory, [2020?]. Disponível em: https://ub-cooperation.eu/index/casestudies. Acesso em: 02/10/2021. Case.

ZESCHKY, M.; WIDENMAYER, B.; GASSMANN, O. Frugal innovation in emerging markets. **Research-Technology Management**, [*s. l.*], v. 54, n. 4, p. 38-45. 2011.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: ☒ Mestrado ☐ Doutorado

Disciplina: Seminário de Gestão Estratégica de Pessoas

Semestre: 2021/2 Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração Código da disciplina: 104391

Professor: Profa. Dra. Patrícia Martins Fagundes Cabral

Prof. Dr. José Carlos da Silva Freitas Junior

EMENTA

Novas formas de organização do trabalho onde se destacam a flexibilidade e a mobilização dinâmica de recursos no ambiente organizacional. Caráter estratégico da gestão de pessoas tendo em vista a importância das pessoas na geração de resultados organizacionais.

Temas emergentes: (1) a sustentabilidade e a combinação dos fatores econômicos, sociais e ambientais; (2) globalização e internacionalização de empresas e o impacto cultural na gestão de pessoas e na formação de lideranças globais; (3) gestão de competências e estratégias colaborativas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- O cenário contemporâneo do trabalho e da área de RH;
- Contextualização da Gestão de Pessoas na pesquisa e na prática;
- Inovação em Recursos Humanos;
- Vínculos, Engajamento
- Bem-estar e Segurança Psicológica nas Organizações
- GRH Sustentável;
- Ética, Sustentabilidade e Responsabilidade Social Corporativa
- Práticas Inovadoras de Gestão Estratégica de Pessoas no contexto COVID-19 (incluindo o pós-pandemia)

METODOLOGIA

Aulas sustentadas numa aprendizagem teórico-prática, de caráter sistêmico e interdisciplinar, em ambiente síncrono e 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 e o protagonismo do aluno na participação/construção do processo de aprendizagem individual e coletivo.

AVALIAÇÃO

As formas de avaliação deverão contemplar a qualidade da participação nas atividades realizadas na disciplina, bem como a apresentação e entrega dos trabalhos em grupo. Participação Individual (5,0) + Trabalhos em Grupo (5,0).

BIBLIOGRAFIA

BARBOSA *et al*. **Cultura e diferença nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2009.

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

BORGES-ANDRADE, J. E.; ABBAD, G. S.; MOURÃO, L. **Treinamento, desenvolvimento e educação em organizações e trabalho**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DAVEL, Eduardo; VERGARA, Sylvia (org.). **Gestão com pessoas e subjetividade**. São Paulo: Atlas, 2001.

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

MARIOTTI, Humberto. **Pensamento complexo**. São Paulo: Atlas, 2007.

NEVES, José Gonçalves das; GARRIDO, Margarida Vaz; SIMÕES, Eduardo. **Manual de competências pessoais, interpessoais e instrumentais**: teoria e prática. 3. ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2015.

NEVES, José Gonçalves das; VINAGRE, Maria Helena. **Qualidade de serviço**: diagnosticar para intervir: o gap model. 1. ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2018.

SAETA, Beatriz Regina Pereira (org.). **A diversidade humana e o contexto laboral**. São Paulo: Ed. Mackenzie, 2016.

SAPIRO, Arão; DALPOZZO, Marco; BARBOSA, Djalma. Dinâmicas de engajamento. **Revista DOM (Fundação Dom Cabral)**, [*s. l.*], v. 10, p. 9-17, 2010.

ZANELLI, J. C.; BORGES-ANDRADE, J. E.; BASTOS, A. V. B. (org.). **Psicologia, organizações e trabalho no brasil**. Porto Alegre: Artmed, p. 91-141, 2004.

ZANELLI, José Carlos; KANAN, Lilia Aparecida. **Fatores de risco, proteção psicossocial e trabalho**: organizações que emancipam ou que matam. Lages: Editora da UNIPLAC, 2018.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: ☒ Mestrado ☐ Doutorado

Disciplina: Abordagens Metodológicas

Semestre: 2021/2 Carga horária: 30h Créditos: 2

Área temática: Administração Código da disciplina: 122732

Professor: Prof. Dr. Marcelo André Machado

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 teórico-empírico. Discute as abordagens qualitativa e quantitativa, apresentando distintas possibilidades e estratégias metodológicas (Estudo de Caso, Survey, Design Research, Pesquisa-Ação, entre outros).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Contextualização no campo de pesquisa "Gestão e Negócios" e pesquisa científica em programas profissional: a questão do Método
- PESQUISA QUALITATIVA: O Paradigma Qualitativo em Pesquisa; A qualidade em pesquisa qualitativa: Credibilidade, Transferabilidade, Confirmabilidade e Confiabilidade
- Estratégias em Pesquisa Qualitativa
- PESQUISA QUANTITATIVA: Definição da pesquisa quantitativa. Elementos necessários à implementação de pesquisas quantitativas. Premissas para definição de planos amostrais e coleta de dados. Alguns tipos de aplicações e análises (exemplos).
- Aprender a pesquisar "onde, quem e como pesquisar?"
- PESQUISA QUANTITATIVA: o método survey, o design de uma survey: etapas e procedimentos. Elaboração de questionários (estrutura, escalas e demais aspectos necessários), estruturação do banco de dados e análises.
- PESQUISA QUALITATIVA – overview: Técnicas de Coleta: Entrevistas, Observações, Grupos (Reflexivos e Focal); Instrumentos: roteiros, protocolos, temáticas-guia e diários;

Análise de Dados Análise de Conteúdo; Análise de Discurso (individual e Coletivo; Análise Textual Discursiva

- DESIGN RESEARCH
- ABORDAGENS METODOLÓGICAS ALTERNATIVAS: QCA, AHP, Life stories, Etnografia, Pesquisa-ação.

METODOLOGIA

Aulas sustentadas numa aprendizagem teórica-aplicada. A leitura prévia dos textos obrigatórios é 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

Avaliação crítica do capítulo de Método de um artigo, dissertação de mestrado ou tese de doutorado que tenha relação com seu projeto de dissertação. Apresentação e pareceres da socialização. Participação ativa e construtiva nas aulas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

GERRING, John. **Case study research**. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University, 2007.

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**. [*S. l.*]: M.E. Sharpe, 2011.

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

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

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

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

RICHARDSON, Roberto Jarry. **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. [*S. l.*]: John Wiley and Sons, 2009.

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

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

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.

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

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

MATURANA, Humberto R.; VARELA, Francisco G. **Cognição, ciência e vida cotidiana**. Belo Horizonte: UFMG, 2001.

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

REASON, Peter; BRADBURY, Hilary. **Handbook of action research**. London: Sage, 2001.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: ☒ Mestrado ☐ Doutorado

Disciplina: Direito Internacional

Semestre: 2021/2 Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração Código da disciplina: 104407

Professor: Prof. Dr. Marcelo De Nardi

EMENTA

O Direito Internacional e seus dois planos: Público e Privado, relações, conexões e características. As regras do Direito Internacional Privado brasileiro: a Lei de Introdução ao Código Civil Brasileiro. O Direito Internacional Público e sua caracterização. Os efeitos da globalização sobre o direito interno: a lex mercatoria e o Direito Internacional do Comércio. A responsabilidade Internacional dos Estados. A solução pacífica das controvérsias internacionais. A importância dos Tratados Internacionais. O comércio internacional e a sua gestão. Solução de controvérsias por meios judiciais e extrajudiciais. A inovação e as novas tecnologias no contexto do mundo globalizado: harmonizando as diferentes normas aplicáveis.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

• Introdução ao Direito e ao Direito Internacional;

• Direito Internacional do Comércio, regulação e contratos;

• Responsabilidade Civil, problemas internacionais e transnacionais;

• Inovação, Direito e desmaterialização;

• Problemas internacionais na tributação da empresa e dos negócios;

• Processo Judicial e Arbitragem: métodos de resolução de conflitos.

AVALIAÇÃO

Aula expositiva por método socrático, com interação com os alunos.

Quanto ao método de avaliação:

1) Participação em aula;

2) Presença;

3) Questionários por aula;

4) Trabalho em grupo apresentando – storytelling – exposição de caso ligado à atividade

profissional, conectando com algum dos tópicos jurídicos ministrados durante o curso.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AMARAL JÚNIOR, Antonio Carlos Rodrigues do (org.). **Direito do comércio internacional**: aspectos fundamentais. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Lex, 2014.

AMARAL JÚNIOR, Alberto do. **Curso de direito internacional público**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2015. *E-book*.

ARAUJO, Nadia de. **Direito internacional privado**. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020. *E-book.*

CRETELLA NETO, José. **Curso de direito internacional econômico**. São Paulo: Saraiva, 2012.

DOMINGUES, Juliana Oliveira; OLIVEIRA, Cristina Godoy Bernardo de. **Direito econômico internacional**. Curitiba: InterSaberes, 2017. Disponível em: http://unisinos.br/biblioteca. Acesso em: 16 jul. 2019. *E-book.*

SOUSA, José Meireles de. **Fundamentos do comércio internacional**. São Paulo: Saraiva, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AZEVÊDO, Roberto. **DG Roberto Azevêdo**: a system of rules-based trade is essential for growth and development: [speech]. [*S. l.*]: World Trade Organization, 2019. Disponível em: https://www.wto.org/english/news_e/spra_e/spra262_e.htm. Acesso em: 24 maio 2019.

DEL'OLMO, Florisbal de Souza; JAEGER Junior, Augusto. **Curso de Direito Internacional Privado**. 12. ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense, 2017. *E-book.*

LOURES, Alexandre; FIGUEIREDO, Erik. Uma nota sobre o impacto do comércio internacional no crescimento de economias em desenvolvimento. **Revista Brasileira de Economia**, Rio de Janeiro, v. 71, n. 4, p. 453-461, dez. 2017. ISSN 1806-9134. Disponível em: http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rbe/article/view/65699. Acesso em: 17 jan. 2018.

LUZ, Rodrigo. **Comércio internacional e legislação aduaneira**. 7. ed. Salvador: Editora JusPodivm, 2018.

MESQUITA, Paulo Estivallet. **A Organização Mundial do Comércio**. Brasília, DF: FUNAG, 2013.

OLIVEIRA, Susan Elizabeth Martins Cesar de. **Cadeias globais de valor e os novos padrões de comércio internacional**: estratégias de inserção de Brasil e Canadá. Brasília, DF: FUNAG, 2015.

RAINELLI, Michel. **Comércio internacional**. Tr. Sonia Augusto. Barueri, SP: Manole, 2004. Título original: Le commerce international. (Entender o mundo, v. 7).

THORSTENSEN, Vera; OLIVEIRA, Luciana M. de. (coord.). **Releitura dos acordos da OMC**: como interpretados pelo Órgão de Apelação. São Paulo: VT Assessoria Consultoria e Treinamento, 2013. Disponível em: https://ccgi.fgv.br/pt-br/projeto-releitura. Acesso em: 13 ago. 2018.

TIMM, Luciano Benetti; RIBEIRO, Rafael Pellegrini; ESTRELLA, Angela T. Gobbi. **Direito do comércio internacional**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009. (Série FGV jurídica).

UNDERSTANDING the WTO. [*S. l.*]: WTO, [2018?]. Disponível em: https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/tif_e.htm. Acesso em: 09 dez. 2018.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: ☒ Mestrado ☐ Doutorado

Disciplina: Seminários sobre Legislação aplicada em Gestão

Semestre: 2021/2 Carga horária: 15hs Créditos: 1

Área temática: Administração Código da disciplina: 104406

Professor: Prof. Dr. Éderson Garin Porto

EMENTA

O Direito na Economia e a Economia no Direito: percursos de reformulação dos postulados do positivismo jurídico rumo à constitucionalização do Direito. As transformações do Estado e os reflexos da globalização econômica. Integração econômica e Direitos Humanos. A organização e as transformações econômicas recentes. O Direito de Empresa e a responsabilidade do administrador. A disciplina legal das sociedades empresárias sob uma perspectiva de Direito & Economia. A Gestão e as novas tecnologias: o exemplo privilegiado das nanotecnologias. O novo perfil da inovação: do triângulo de Sábato à tríplice hélice de Etzkowitz. A inovação como um processo de Gestão. Legislação brasileira aplicável à gestão da inovação (Lei de Inovação, Lei do Bem, PADIS, legislação gaúcha sobre inovação). O Manual de OSLO.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Introdução ao Direito. Análise Econômica do Direito;
Direito do Trabalho e Empresa;
Contratos;
Responsabilidade Civil e Análise Econômica do Direito;
Inovação, Direito e Economia;
Tributação da empresa e dos negócios;
Processo Judicial e Arbitragem: métodos de resolução de conflitos;
Direito Societário, Falimentar e Recuperação de Empresas;
Storytelling.

OBJETIVOS

A atividade acadêmica objetiva proporcionar ao mestrando uma visão abrangente da legislação brasileira com foco na solução de casos práticos, proporcionando uma reflexão crítica dos temas suscitados.

METODOLOGIA

Aula expositiva / case method / sala de aula invertida com o protagonismo do mestrando.

AVALIAÇÃO

Quanto ao método de avaliação:
1) Participação em aula;
2) Presença;
3) Trabalho em grupo apresentando – storytelling – exposição de caso ligado à atividade profissional, conectando com algum dos tópicos jurídicos ministrados durante o curso.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARBOSA, D. B. **Direito da inovação**: (comentários à Lei 10.973/2004, Lei Federal da Inovação). 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011.

COOTER, R.; ULEN, T. **Direito & economia**. 5. ed. Tradução de Luis Marcos Sander; Francisco Araújo da Costa. Porto Alegre: Bookman, 2010.

GRAU, E. R. **A ordem econômica na Constituição de 1988**. 14. ed. São Paulo: Malheiros, 2010.

PORTO, Éderson Garin. **Manual jurídico da startup**. 2. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2019.

SZTAJN, R. Externalidades e custos de transação: a redistribuição de direitos no novo código civil. **Revista de Direito Privado**, São Paulo, v. 6, n. 22, p. 250-276, abr./jun. 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BENETTI, D. V. N. Propriedade intelectual como instrumento de desenvolvimento socioeconômico e tecnológico. *In:* BOFF, S. O.; PIMENTEL, L. O. (org.). **Propriedade intelectual, gestão da inovação e desenvolvimento**: patentes, marcas, software, cultivares, indicações geográficas: núcleos de inovação tecnológica. Passo Fundo: IMED, 2009. p. 42-55.

BENJAMIN, A. H. de. V.; BESSA, L. R.; MARQUES, C. L. **Manual de proteção do consumidor**. São Paulo: RT, 2014.

COIMBRA, R. **Direito do trabalho I**. São Paulo: LTr, 2014.

DICKEN, P. **Mudança global**: mapeando as novas fronteiras da economia mundial. 5. ed. Tradução de Teresa Cristina Felix de Sousa. Porto Alegre: Bookman, 2010.

DRUCKER, P. **Tecnologia, administração e sociedade**. Tradução de Bruno Alexander; Luiz Otávio Talu. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

ENGELMANN, W. As nanotecnologias e a gestão transdisciplinar da inovação. *In:* ENGELMANN, W. (org.). **As novas tecnologias e os direitos humanos**: os desafios e as possibilidades para construir uma perspectiva transdisciplinar. Curitiba: Honoris Causa, 2011. p. 297-336.

ENGELMANN, W. Nanotechnology, law and innovation. Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2011.

ENGELMANN, W.; FLORES, A. S.; WEYERMÜLLER, A. R. Nanotecnologias, marcos regulatórios e direito ambiental. Curitiba: Honoris Causa, 2010.

ETZKOWITZ, H. **Hélice tríplice**: universidade-indústria-governo: inovação em movimento. Tradução de Cristina Hintz. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.

REIS, D. R. dos. **Gestão da inovação tecnológica**. Barueri: Manole, 2004.

SEIFFERT, M. E. B. **Gestão ambiental**: instrumentos, esferas de ação e educação ambiental. São Paulo: Atlas, 2010.

SEM, A. Ética da empresa e desenvolvimento econômico. *In:* CORTINA, A. (org.). **Construir confiança**: ética da empresa na sociedade da informação e das comunicações. Tradução de Alda da Anunciação Machado. São Paulo: Loyola, 2007. p. 39-54.

TEUBNER, G. The corporate codes of multinationals: company constitucions beyond corporate governance and co-determination. *In:* NICKEL, R. (ed.). **Conflict of laws and laws of conflict in Europe and beyond**: patterns of supranational and transnational juridification. Oxford: Hart, 2009. p. 1-10.

TIMM, L. B. Ainda sobre a função social do direito contratual no Código Civil brasileiro: justiça distributiva versus eficiência econômica. *In:* TIMM, L. B. **Direito & economia**. 2. ed. rev. e atual. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2008. p. 63-96.

TIMM, L. B. Direito, economia e a função social do contrato. *In:* TIMM, L. B.; MACHADO, R. B. (coord.). **Função social do direito**. São Paulo: Quartier Latin, 2009. p. 173-195.

WEYERMÜLLER, A. R. **Água e adaptação ambiental**: o pagamento pelo seu uso como instrumento econômico e jurídico de proteção. Curitiba: Juruá, 2014.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: ☒ Mestrado ☐ Doutorado

Disciplina: Pesquisa e Desenvolvimento de Novos Produtos e Serviços

Semestre: 2021/2 Carga horária: 30h Créditos: 2

Área temática: Administração Código da disciplina: 104398

Professor: Prof. Dr. Guilherme Trez

Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca

EMENTA

Diferentes abordagens metodológicas de pesquisa de marketing e aprendizagens sobre mercados. Relação entre informações de mercado e definições estratégicas de marketing. Análise de mercado para concepção de novos conceitos de produto. Relação entre projeto de novos produtos e serviços e a criação de diferenciais competitivos sustentáveis. A relação de dimensões de estrutura organizacional com a capacidade criação de valor.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Contexto de marketing estratégico: Qual a perspectiva de marketing no processo de criação de valor?
- A etnografia orientada para o mercado
- Perspectivas de valor para o cliente. O que é valor para o cliente?
- Aprendizagem sobre mercados: de big data para thick data
- Perspectiva da estrutura de marketing para a implementação Como a organização de marketing impacta a geração de valor do negócio?
- Materialização da vantagem competitiva pela diferenciação de produto. A relação Marketing – Design
- Gestão de produto. Caso Natura
- Métricas de marketing

METODOLOGIA

Aula expositivo-dialogada. Discussão de casos práticos.

AVALIAÇÃO

20% | Individual | Participação Criticidade, consistência e evidências de leitura nas contribuições em sala de aula Participação ativa nos trabalhos práticos de aula Presença 80% | EVENTO + Material de apoio

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ABBOTT, M.; HOLLAND, R.; GIACOMIN, J.; Shackleton, J. Changing affective content in brand and product attributes. **Journal of Product & Brand Management**, [*s. l.*], 2009.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Natura CO in Beauty and Personal Care**. [*S. l.*]: Euromonitor International, Dec. 2017. Disponível em: https://www.euromonitor.com/natura-cosmeticos-sa-in-beauty-and-personal-care/report.

AUSTIN, R. D.; BEYERSDORFER, D. Bang & Olufsen: design driven innovation. **Harvard Business School**, [*s. l.*], v. 18, 2007.

CAYLA J.; ARNOULD, E. Ethnographic stories for market learning. **Journal of Marketing**, [*s. l.*], v. 77, p. 1-16, 2013.

DE FRANCESCHI, Pietro. **Modelagens preditivas de churn**: o caso do Banco do Brasil. 2019. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2019. Disponível em: http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/9087/Pietro%20Reinheimer%20de%20Franceschi_.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

FISCHER, E.; CASTILHOS, R. B.; FONSECA, M. J. Entrevista qualitativa na pesquisa em marketing e do consumidor: abordagens paradigmáticas e orientações. **REMARK**, [*s. l.*], v. 13, n. 4, 2014.

GUPTA, S. Creating customer value. **Harvard Business Publishing**, [*s. l.*], p. 1-24, 2014.

KOSKULL, Catharina. Increasing rigor and relevance in service research through ethnography. **Journal of Services Marketing**, [*s. l.*], v. 34, n. 1, 2020.

KRUCKEN, L. **Ecovisões sobre design e território**: ecovisões projetuais: pesquisa em design e sustentabilidade no Brasil. São Paulo: Blücher, 2017.

McCABE, Maryann; DENNY, Rita. **Anthropology in Consumer Research**. [*S. l.*]: Oxford Research Encyclopedia, 2019.

MOORMAN, C.; Day, G. S. Organizing for marketing excellence. J**ournal of Marketing Development and Competitiveness**, [*s. l.*], v. 80, n. 6, p. 6-35, 2016.

MORGAN, N. A. Marketing and business performance. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [*s. l.*], 2012.

PAYNE, A.; FROW, P.; EGGERT, A. The customer value proposition: evolution, development, and application in marketing. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [*s. l.*], v. 45, n. 6, p. 467-489, 2017.

SCHOUTEN, J. W.; McALEXANDER, J. Subcultures of consumption: an ethnography of the new bikers. **Journal of Consumer Research**, [*s. l.*], v. 22, n. 1, 1995.

THOMPSON, Craig. The 'big data' myth and the pitfalls of 'thick data' opportunism: on the need for a different ontology of markets and consumption. **Journal of Marketing Management**, [*s. l.*], v. 35, 2019.

VERGANTI, R. Design as brokering of languages: Innovation strategies in Italian firms. **Design Management Journal**, [*s. l.*], v. 14, n. 3, p. 34-42, 2003.

VERGANTI, R. Innovating through design. **Harvard Business Review**, [*s. l.*], v. 84, n. 12, p. 114, 2006.

VERHOEF, P. C.; LEMON, K. N. Successful customer value management: key lessons and emerging trends. **European Management Journal**, [*s. l.*], v. 31, n. 1, p. 1-15, 2013.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ANDERSON, J.; NARUS, J.; VAN ROSSUM, W. **Customer value propositions in business markets**. [*s. l.*]: Harvard Business Review, 2006.

LANDROGUEZ, S. M.; CASTRO, C. B.; CEPEDA-CARRIÓN, G. Developing an integrated vision of customer value. **Journal of Services Marketing**, [*s. l.*], v. 27, n. 3, p. 234-244, 2013.