

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ☒ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Tecnologias Digitais para Inovação Em Negócios**

Ano/Semestre: 2025/1 – Segundo Bimestre

Carga horária total: 30h/a

Créditos: 02

Código da disciplina: Doutorado 130841 / Mestrado 130802

Professor: Dra. Rosemary Francisco, Dra. Amarolinda Iara da Costa Zanela Klein e Dr. José Carlos da Silva Freitas Junior

EMENTA

A disciplina visa desenvolver conhecimentos e o pensamento estratégico e crítico sobre a utilização de tecnologias digitais para inovação em negócios, analisando tendências tecnológicas, modelos de negócios inovadores baseados em tecnologias digitais, transformação digital com tecnologias emergentes, bem como oportunidades e riscos ligados a essas inovações.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Inovação Digital e Transformação Digital.
- Tendências tecnológicas e tecnologias digitais emergentes – um olhar estratégico.
- Capacidades organizacionais baseadas no uso estratégico de tecnologias digitais.
- Ecossistemas e Plataformas Digitais.
- Empreendedorismo Digital.
- Modelos de negócios inovadores baseados em tecnologias digitais.
- Sustentabilidade na Inovação e Transformação Digital; papel das tecnologias digitais na promoção de práticas empresariais sustentáveis.
- Desafios, barreiras e riscos ligados à inovação baseada em tecnologias digitais.

OBJETIVOS

Ao concluir o curso, espera-se que o aluno tenha alcançado os seguintes resultados de aprendizagem:

Compreender diferentes abordagens de uso estratégico das tecnologias digitais e tecnologias emergentes para inovação e competitividade empresarial.

Entender e analisar criticamente processos de inovação baseados em tecnologias digitais e tecnologias emergentes.

Analisar tendências, modelos de negócios inovadores e oportunidades ligadas à inovação baseada em tecnologias digitais e tecnologias emergentes.

Ter um olhar crítico sobre as oportunidades, riscos e aspectos éticos associados aos processos de inovação baseados em tecnologias digitais e tecnologias emergentes.

Desenvolver a capacidade de integrar considerações de sustentabilidade nas estratégias de inovação digital, promovendo práticas empresariais que sejam competitivas e socialmente responsáveis.

METODOLOGIA

Aprendizagem centrada no(a) aluno(a); aulas expositivas dialogadas, com leitura e debates de textos e estudos de casos, seminários e outras metodologias ativas.

AVALIAÇÃO

Participação efetiva nas aulas e entrega pontual das atividades propostas.

Apresentações e debates em Seminário.

Estudos de caso.

Artigos e ensaios teóricos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DĄBROWSKA, J.; ALMPANOPOULOU, A.; BREM, A.; CHESBROUGH, H.; CUCINO, V.; DI MININ, A.; RITALA, P. Digital transformation, for better or worse: a critical multi-level research agenda. **R&D Management**, [s. l.], v. 52, n. 5, p. 930-954, 2022.

ELIA G, M. A.; PASSIANTE G. Digital entrepreneurship ecosystem: how digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. **Technological Forecasting and Social Change**, [s. l.], v. 150, p. 1-12, 2020.

FÜGENER, A.; GRAHL, J.; GUPTA, A.; KETTER, W. Cognitive challenges in human–artificial intelligence collaboration: Investigating the path toward productive delegation. **Information Systems Research**, [s. l.], v. 33, n. 2, p. 678-696, 2022.

HEIN, A. *et al.* Digital platform ecosystems. **Electronic Markets**, [s. l.], v. 30, n. 1, p. 87-98, 2020.

HUND, A.; WAGNER, H. T.; BEIMBORN, D.; WEITZEL, T. Digital innovation: Review and novel perspective. **The Journal of Strategic Information Systems**, [s. l.], v. 30, n. 4, p. 101695, 2021.

KAGANER, E.; GREGORY, R. W.; SARKER, S. A process for managing digital transformation: An organizational inertia perspective. **Journal of the Association for Information Systems**, [s. l.], v. 24, n. 4, p. 1005-1030, 2023.

KLEIN A.; SØRENSEN C.; FREITAS A. S.; PEDRON. C. D.; ELALUF-CALDERWOOD, S. Understanding controversies in digital platform innovation processes: the Google Glass case. **Technological Forecasting and Social Change**, [s. l.], v. 152, 2020.

ROGERS, David. **The digital transformation playbook**. [S. l.]: Columbia University Press, 2016.

VASCONCELLOS, S. L. de; FREITAS, J. C. da S.; JUNGES, F. M. Digital capabilities: bridging the gap between creativity and performance. In: PARK S. H.; GONZALEZ-PEREZ; M. A.; FLORIANI D. E. (ed.). **The Palgrave handbook of corporate sustainability in the digital era**. [S. l.]: Springer: 2021. p. 411-427.

ZUBOFF S. Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. **Journal of Information Technology**, [s. l.], v. 30, n. 1, p. 75-89, 2015.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BÖTTCHER, T. P.; EMPELMANN, S.; WEKING, J.; HEIN, A.; KRCMAR, H. Digital Sustainable Business Models: Using Digital Technology to Integrate Ecological Sustainability into the Core of Business Models. **Information Systems Journal**, [s. l.], v. 34, n. 3, p. 736-761, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1111/isj.12436>. Acesso em: 16 abr. 2025.

BONINA, C. *et al.* Digital platforms for development: Foundations and research agenda. **Information Systems Journal**, [s. l.], v. 31, p. 869-902, 2021.

BÖTTCHER, T. P.; EMPELMANN, S.; WEKING, J.; HEIN, A.; KRCMAR, H. Digital sustainable business models: using digital technology to integrate ecological sustainability into the core of business models. **Information Systems Journal**, [s. l.], v. 34, n. 3, p. 736-761, 2024.

HEREDIA, J.; CASTILLO-VERGARA, M.; GELDES, C.; GAMARRA, F. M. C.; FLORES, A.; HEREDIA, W. How do digital capabilities affect firm performance? The mediating role of technological capabilities in the “new normal”. **Journal of Innovation & Knowledge**, [s. l.], v. 7, n. 2, 100171, 2022.

EVANS, D. S.; SCHMALENSEE R. **Matchmakers**: the new economics of multisided platforms. [S. l.]: Harvard Business Review Press, 2016.

FUERST, S.; SANCHEZ-DOMINGUEZ, O.; RODRIGUEZ-MONTES, M. A. The Role of Digital Technology within the Business Model of Sustainable Entrepreneurship. **Sustainability**, [s. l.], v. 15, p. 10923, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/su151410923>. Acesso em: 16 abr. 2025.

KOHLI, R.; MELVILLE, N. P. Digital innovation: A review and synthesis. **Information Systems Journal**, [s. l.], v. 29, n. 1, p. 200-223, 2019.

SABHERWAL, R.; GROVER, V. The societal impacts of generative artificial intelligence: A balanced perspective. **Journal of the Association for Information Systems**, [s. l.], v. 25, n. 1, p. 13-22, 2024.

TIM, Y.; LEIDNER, D. E. Digital resilience: a conceptual framework for information systems research. **Journal of the Association for Information Systems**, [s. l.], v. 24, n. 5, p. 1184-1198, 2023.

TRITTIN-ULBRICH, H.; SCHERER, A. G.; MUNRO, I.; WHELAN, G. Exploring the dark and unexpected sides of digitalization: toward a critical agenda. **Organization**, [s. l.], v. 28, n. 1, p. 8-25, 2021.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ☒ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Gestão da Inovação**

Ano/Semestre: 2025/1 – Segundo Bimestre

Carga horária total: 30h/a

Créditos: 02

Código da disciplina: Doutorado 130835 / Mestrado 130796

Professor: Dr. Bruno Anicet Bittencourt

EMENTA

Gestão da inovação desde a sua conceituação, estratégia, até a sua prática. Além dos conceitos clássicos, serão explorados temas emergentes com o intuito de promover um panorama geral sobre o assunto. A disciplina se propõe a discutir a gestão da inovação na perspectiva do indivíduo, da firma, das relações interorganizacionais e dos ambientes de inovação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Conceitos de Inovação e Gestão da Inovação

Estratégias e Cultura para Inovação

Processos de Inovação

Competências Individuais de Inovação

Capacidades Organizacionais de Inovação

Inovação Aberta e Ambientes de Inovação

OBJETIVOS

Compreender e analisar a inovação sob perspectiva da gestão. Apropriar-se de abordagens teóricas e práticas para inovação no nível do indivíduo, firma e ambientes de inovação. Explorar estratégias, práticas e relações.

METODOLOGIA

Encontros expositivos e dialogados. Apresentação de seminários. Palestras e discussões com convidados. Estudos de caso. Realização de trabalhos individuais e em grupo.

AVALIAÇÃO

Sugere-se avaliações individuais e coletivas. Como participação e presença nas aulas e nos debates; construção individual de um mapa de insights e aprendizados a ser entregue no final da disciplina; condução de seminários em grupo nas aulas; coleta de dados primários e secundários para explorar a temática proposta pela atividade central da disciplina.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BESSANT, J. Challenges in innovation management. *In*: SHAVININA, L. **The international handbook on innovation**. [S. l.]: Elsevier: 2003. p. 761-774.

BIGLIARDI, B.; FERRARO, G.; FILIPPELLI, S.; GALATI, F. The past, present and future of open innovation. **European Journal of Innovation Management**, [s. l.], v. 24, n. 4, p. 1130-1161, 2021.

CHESBROUGH, Henry. **Managing open innovation, research-technology management**, [s. l.], v. 47, n. 1, p. 23-26, 2004.

HERO, L.-M.; LINDFORS, E.; TAATILA, V. Individual innovation competence: a systematic review and future research agenda. **International Journal of Higher Education**, [s. l.], v. 6, n. 5, p. 103, 2017. Doi:10.5430/ijhe.v6n5p103.

KAHN, K. B. Understanding innovation. **Business Horizons**, [s. l.], v. 61, n. 3, p. 453-460, 2018. Doi:10.1016/j.bushor.2018.01.01.

NAMBISAN, S.; SIEGEL, D.; KENNEY, M. On open innovation, platforms, and entrepreneurship. **Strategic Entrepreneurship Journal**, [s. l.], v. 12, n. 13, 2018. DOI:10.1002/sej.1300.

NONAKA, I.; TOYAMA, R. The theory of the knowledge-creating firm: subjectivity, objectivity and synthesis. **Industrial and Corporate Change**, [s. l.], v. 14, n. 3, p. 419-436, 2005.

PISANO, G. You need and innovation strategy. **Harvard Business Review**, [s. l.], June 2015.

ZAWISLAK, Paulo Antônio; ALVES, André Cherubini; TELLO-GAMARRA, Jorge; BARBIEUX, Denise; REICHERT, Fernanda Maciel. Innovation capability: from technology development to transaction capability. **Journal of technology management & innovation**, [s. l.], v. 7, n. 2, p. 14-27, 2012. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242012000200002>.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ADAMS, R.; BESSANT, J.; PHELPS, R. Innovation management measurement: a review. **International Journal of Management Reviews**, [s. l.], v. 8, n. 1, p. 21-47, 2006. DOI:10.1111/j.1468-2370.2006.00119.x.

BOGERS, M.; CHESBROUGH, H.; MOEDAS, C. Open innovation: research, practices, and policies. **California Management Review**, [s. l.], v. 60, n. 2, p. 5-16, 2018. DOI:10.1177/00081256177450.

DARONCO, E. L.; SILVA, D. S.; SEIBEL, M. K.; CORTIMIGLIA, M. N. A new framework of firm-level innovation capability: a propensity– ability perspective. **European Management Journal**, [s. l.], v. 41, n. 2, p. 236-250, 2022.

EVELEENS, C. **Innovation management**: a literature review of innovation process models and their implications. [S. l.: s. n.], 2010. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/265422944_Innovation_management_a_literature_review_of_innovation_process_models_and_their_implications.

LALL, S. Technological Capabilities and Industrialization. **World Development**, [s. l.], v. 20, n. 2, p. 165-186, 1992.

MENDOZA-SILVA, A. Innovation capability: a systematic literature review. **European Journal of Innovation Management**, [s. l.], v. 24, n. 3, p. 707-734, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2019-0263>.

ORTT, J. R.; VAN DER DUIN, P. A. The evolution of innovation management towards contextual innovation. **European Journal of Innovation Management**, [s. l.], v. 11, n. 4, p. 522-538, 2008. DOI:10.1108/146010608109111.

SALERNO, M. S.; GOMES, L. A. de V.; SILVA, D. O. da; BAGNO, R. B.; FREITAS, S. L. T. U. Innovation processes: which process for which project? **Technovation**, [s. l.], v. 35, p. 59-70, 2015. DOI:10.1016/j.technovation.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ☒ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Estratégias e Arranjos Colaborativos**

Ano/Semestre: 2025/1 – Segundo Bimestre

Carga horária total: 30h/a

Créditos: 02

Código da disciplina: Doutorado 130836 / Mestrado 130797

Professora: Dra. Bibiana Volkmer Martins

EMENTA

A disciplina discute diferentes tipos de relações estabelecidas entre os atores da quádrupla hélice (a exemplo de alianças, redes, projetos colaborativos, clusters, ecossistemas de inovação e empreendedorismo), bem como as possíveis estratégias colaborativas adotadas no âmbito dessas conexões. Essas relações podem ser analisadas utilizando diversas lentes teóricas. Esta disciplina explora algumas das possibilidades de teorias e abordagens no âmbito de relações colaborativas para dar conta da complexidade do campo empírico (Visão Relacional, Capacidades Dinâmicas, Governança, Orquestração, Engajamento).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Tipos de conexões entre os atores da quádrupla hélice (empresas, governo, universidade e sociedade civil): alianças, redes, projetos colaborativos, clusters, ecossistemas de inovação e empreendedorismo.

Visão Relacional, Capacidades Dinâmicas, Governança, Orquestração, Engajamento.

OBJETIVOS

Compreender e analisar os diferentes tipos de estratégias colaborativas existentes entre os atores da quádrupla hélice. Apropriar-se de perspectivas teóricas como Visão Relacional, Capacidades Dinâmicas, Governança, Orquestração e Engajamento.

METODOLOGIA

Diversas estratégias poderão ser adotadas, incluindo:

Aulas expositivo-dialogadas.

Seminários.

Exercícios práticos.

Análise e discussão de textos teóricos e empíricos.

As aulas são construídas buscando mesclar teoria e experiência prática. Todas as aulas possuem textos que devem ser previamente lidos para que a discussão em sala de aula seja qualificada. Os alunos são incentivados a trazerem exemplos de suas vivências profissionais que se encaixem nos conteúdos trabalhados na aula. As aulas que tratam dos tipos de relações colaborativas são trabalhadas a partir de seminários realizados pelos alunos. As aulas que abordam lentes ou abordagens teóricas são trabalhadas a partir da experiência de um pesquisador proeminente neste campo teórico. Exercícios que demandem contato com as relações estudadas são mobilizados para reforçar o aprendizado pela prática (exemplo: coleta de dados, visitas técnicas, etc).

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina ocorrerá por diversos meios, incluindo formas individuais e coletivas:

Participação qualificada nas discussões em sala de aula (leitura crítica e discussão de textos - individual) - 20%;

Organização de seminários de pesquisa (coletiva e individual) - 40%,

Coleta de dados em diferentes tipos de relações entre os atores da quarta hélice (individual) - 20%

Pesquisa sobre temas emergentes em relações entre os atores da quarta hélice (coletiva) - 20%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BAGNO, R. B.; SALERNO, M. S.; Souza Junior, W. C. de; O'CONNOR, G. C. Corporate engagements with startups: antecedents, models, and open questions for innovation management. **Product: Management and Development**, v. 18, [s. l.], n. 1, p. 39-52, 2020.

COBBEN, D.; OOMS, W.; ROIJAKKERS R.; RADZIOWON, A Ecosystem types: a systematic review on boundaries and goals. **Journal of Business Research**, [s. l.], v. 142, p. 138-164, 2022.

CROPPER, S.; EBERS, M.; HUXHAM, C.; SMITH-RING, P. (ed.). **Handbook de relações interorganizacionais da Oxford**. [S. l.]: Bookman, 2014.

DYER, J. H.; SINGH, H. The relational view: cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 23, n. 4, p. 660-679, 1998.

DYER, J. H.; SINGH, H.; HESTERLY, W. The relational view revisited: A dynamic perspective on value creation and value capture. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 39, n. 12, p. 3140-3162, 2008.

MARTIN, R.; SUNLEY, P. Conceptualizing cluster evolution: beyond the life cycle model?. **Regional Studies**, [s. l.], v. 45, n. 10, p. 1299-1318, 2011.

PROVAN, K. G.; KENIS, P. Modes of network governance: structure, management, and effectiveness. **Journal of Public Administration Research and Theory**, [s. l.], v. 18, n. 2, p. 229-252, 2008.

SYDOW, J.; BRAUN, T. Projects as temporary organizations: an agenda for further theorizing the interorganizational dimension. **International Journal of Project Management**, [s. l.], v. 36, n. 1, p. 4-11, 2018.

TEECE, D. J. Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 28, n. 13, p. 1319-1350, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ADAMI, V. S.; VERSCHOORE, J. R.; ANTUNES JUNIOR, J. A. V. Effect of relational characteristics on management of wind farm interorganizational construction projects. **Journal of Construction Engineering and Management**, [s. l.], v. 145, n. 3, 05018019, 2019.

BITENCOURT, C.; MÜLLER NETO, H. F.; ZANANDREA, G. Visão das capacidades dinâmicas: origens e desdobramentos futuros. **Revista de Administração de Empresas**, [s. l.], v. 64, e2023-0216, 2024.

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

FERNANDES, E. B.; WEGNER, D.; MÖLLERING, G. Governance of interorganizational projects: A process-based approach applied to a Latin American–European case. **Project Management Journal**, [s. l.], v. 54, n. 3, p. 219-234, 2023.

GOMES, L. A.; FACIN, A. L. F.; SALERNO, M. S.; IKENAMI, R. K. Unpacking the innovation ecosystem construct: evolution, gaps and trends. **Technological Forecasting and Social Change**, [s. l.], v. 136, p. 30-48, 2018.

GOMES, L. A. de V.; CHAPARRO, X. A. F.; FACIN, A. F. F.; BORINI, F. M. Ecosystem management: past achievements and future promises. **Technological Forecasting and Social Change**, [s. l.], v. 71, 120950, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120950>. Acesso em: 09 abril 2025.

LARKIN, M.; HALLORAN, D. Collaboration between start-ups and corporates: a practical guide for mutual understanding. [S. l.: s. n.], 2018. (World Economic Forum White Paper).

SEGATO, F.; RAAB, J. Mandated network formation. **International Journal of Public Sector Management**, [s. l.], v. 32, n. 2, p. 191-206, 2019.

SCHMIDT, V. K.; ZEN, A. C.; SOARES, B. F.; BITTENCOURT, B. A. Trajectory and cluster resilience elements: the case of the Brazilian wine cluster of the Serra Gaúcha. **Growth and Change**, [s. l.], v. 54, n. 2, p. 596-624, 2023.

THEODORAKI, C.; DANA, L. P.; CAPUTO, A. Building sustainable entrepreneurial ecosystems: a holistic approach. **Journal of Business Research**, [s. l.], v. 140, p. 346-360, 2022.

THOMAS, E.; FACCIN, K.; ASHEIM, B. Universities as orchestrators of the development of regional innovation ecosystems in emerging economies. **Growth and Change**, [s. l.], v. 52, n. 2, p. 770-789, 2021.

WEGNER, D. **Redes, alianças e parcerias**: ferramentas e práticas para a gestão da cooperação empresarial. [S. l.]: Exclamação, 2019.

WEGNER, D.; VERSCHOORE, J. Network governance in action: functions and practices to foster collaborative environments. **Administration & Society**, [s. l.], v. 54, n. 3, p. 479-499, 2021. DOI:10.1177/00953997211024580.

WEGNER, D.; HÖLSGENS, R.; BITENCOURT, C. C. Orchestrating collaborative networks for social innovation: Orchestrators' roles in socially innovative initiatives. **Technological Forecasting and Social Change**, [s. l.], v. 195, p. 122786, 2023.

WEIBLEN T.; CHESBROUGH, H. W. Engaging with startups to enhance corporate innovation. **California Management Review**, [s. l.], v. 57, p. 66-90, 2015.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ☒ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Inovação Social e Responsável**

Ano/Semestre: 2025/1 – Segundo Bimestre

Carga horária total: 30h/a

Créditos: 02

Código da disciplina: Doutorado 130840 / Mestrado 130801

Professora: Dra. Luciana Maines da Silva

EMENTA

Com mais frequência a humanidade é assolada por crises climáticas, humanitárias e éticas. A disciplina discute de que forma a inovação pode ter um papel central em como minimizar esses impactos, a partir da inovação social e da inovação responsável. Vamos discutir esses temas que se conectam não só à sociedade, mas às universidades, governos e empresas, no contexto global e brasileiro. A disciplina aborda a noção e a evolução da Inovação Social, a partir de autores clássicos até os mais contemporâneos. Relaciona o tema ao empreendedorismo social, aos vazios institucionais, à escalabilidade da inovação social, à inovação responsável e ao papel dos stakeholders.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Inovação social
- Empreendedorismo social
- Vazio institucional
- Escalabilidade da inovação social
- Inovação responsável
- Stakeholders

OBJETIVOS

Desenvolver uma compreensão crítica e aprofundada sobre o papel central da inovação social e da inovação responsável na mitigação de crises climáticas, humanitárias e éticas, por meio da análise de

teorias clássicas e contemporâneas. A disciplina visa capacitar os alunos a identificar, propor e avaliar iniciativas inovadoras que envolvam múltiplos stakeholders (universidades, governos, empresas e sociedade civil), considerando tanto o contexto global quanto o brasileiro, para promover transformações sociais escaláveis e sustentáveis

METODOLOGIA

Diversas estratégias poderão ser adotadas, incluindo:

Aulas expositivo-dialogadas.

Apresentação de Seminários.

Palestras e discussões com convidados.

Estudos de caso.

Realização de trabalhos individuais e em grupo.

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina considera a: participação nos seminários, apresentação de seminários e análise crítica dos textos e elaboração de trabalho final.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ANDION, C.; ALPERSTEDT, G.; GRAEFF, J. Ecosistema de inovação social, sustentabilidade e experimentação democrática: um estudo em Florianópolis. **Revista de Administração Pública**, [s. l.], v. 54, n. 1, p. 181-200, 2021.

BERG-POSTWEILER, J.; LEICHT-SCHOLTEN, C. Investigating the institutional embedding of social innovation at five leading technical universities in Europe. **Journal of Social Entrepreneurship**, [s. l.], 2024. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19420676.2024.2345378>. Acesso em: 10 abr. 2025.

CAJAIBA-SANTANA, Giovany. Social innovation: moving the field forward: a conceptual framework. **Technological Forecasting & Social Change**, [s. l.], v. 82, p. 42-51, 2014.

HOWALDT, J.; BUTZIN, A.; DOMANSKI, D.; KALETKA, C. **Theoretical approaches to social innovation**: a critical literature review. Dortmund: Social Innovation: Driving Force of Social Change (SI-DRIVE): Sozialforschungsstelle, 2014.

- MAIR, J.; MARTI, I. Entrepreneurship in and around institutional voids: a case study from Bangladesh. **Journal of Business Venturing**, [s. l.], v. 24, n. 5, p. 419-435, 2009. DOI:10.1016/j.jbusvent.2008.04.006.
- MOORE, M. L.; RIDDELL, D.; VOCISANO, D. Scaling out, scaling up, scaling deep: strategies of non-profits in advancing systemic social innovation. **Journal of Corporate Citizenship**, [s. l.], v. 58, p. 67-84, 2015.
- MULGAN, G. The process of social innovation. **Innovations**, [s. l.], v. 1, n. 2, p. 145-162, Spring 2006.
- OWEN, R.; MACNAGHTEN, P.; STILGOE, J. Responsible research and innovation: from science in society to science for society, with society. **Science and Public Policy**, Oxford, v. 39, n. 6, p. 751-760, 2012.
- PURNA, N.; PAOLI, S. Social innovation: drawing lines around the appropriative usage by mainstream sectors. **Voluntas**, [s. l.], v. 34, p. 1172-1183, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11266-022-00533-z>. Acesso em: 10 abr. 2025.
- SANDBERG, E.; HULTBERG, E. Dynamic capabilities for the scaling of circular business model initiatives in the fashion industry. **Journal of Cleaner Production**, [s. l.], 320, 128831, 2021.
- SEDTA, S. R. Responsible innovation for addressing grand societal challenges: the role of social innovation, exaptation, and retrovation. **European Planning Studies**, [s. l.], v. 32, n. 9, p. 1-23, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/09654313.2024.2351167>. Acesso em: 10 abr. 2025.
- STAHL, B. C.; OBACH, M.; YAGHMAEI, E.; IKONEN, V.; CHATFIELD, K.; BREM, A. The responsible research and innovation (RRI) maturity model: linking theory and practice. **Sustainability**, [s. l.], v. 9, n. 6, 1036, 2017.
- STILGOE, J.; OWEN, R.; MACNAGHTEN, P. Developing a framework for responsible innovation. In: MAYNARD, Andrew; STILGOE, Jack (ed.). **The ethics of nanotechnology, geoengineering, and clean energy**. [S. l.]: Routledge, 2020. p. 347-359.
- TAYLOR, J. Introducing social innovation. **The Journal of Applied Behavioral Science**, [s. l.], v. 6, n. 1, p. 69-77, 1970.
- TURKER, D.; ALTUNTAS VURAL, C. Embedding social innovation process into the institutional context: voids or supports. **Technological Forecasting and Social Change**, [s. l.], v. 119, p. 98-113, 2017. DOI:10.1016/j.techfore.2017.03.019.
- VON SCHOMBERG, R. A vision of responsible research and innovation. In: OWEN, Richard; BESSANT, John; HEINTZ, Maggy. **Responsible innovation: managing the responsible emergence of science and innovation in society**. [S. l.: s. n.], 2013. p. 51-74.

WANG, M.-R.; CHEN, C.-L. Exploring the value co-creation of cultural creative hotels: from the perspective of social innovation. **Sustainability**, [s. l.], v. 16, 4510, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/su16114510>. Acesso em: 10 abr. 2025.

WHEELER, D.; COLBERT, B.; FREEMAN, R. E. (2002). Focusing on Value: reconciling corporate social responsibility, sustainability and a stakeholder approach in a network world. **Journal of General Management**, [s. l.], v. 28, n. 3, 2003. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/38174514_Focusing_on_Value_Reconciling_Corporate_Social_Responsibility_Sustainability_and_a_Stakeholder_Approach_in_a_Network_World. Acesso em: 4 abr. 2025.

WITTMAYER, J. M.; HIELSCHER, S.; ROGGE, K. S.; WEBER, K. M. Advancing the understanding of social innovation in sustainability transitions: exploring processes, politics, and policies for accelerating transitions. **Environmental Innovation and Societal Transitions**, [s. l.], v. 50, 100805, 2024.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AGOSTINI, M. R.; BITENCOURT, C. C.; VIEIRA, L. M. Social innovation in Mexican coffee production: filling ‘institutional voids’. **International Review of Applied Economics**, [s. l.], v. 34, n. 5, p. 607-625, 2020.

BLOK, V. Look who's talking: responsible innovation, the paradox of dialogue and the voice of the other in communication and negotiation processes. **Journal of Responsible Innovation**, [s. l.], v. 1, n. 2, p. 171-190, 2014.

FERRARINI, A. V.; BUENO, A. C. P. **Inovação social: diálogos teóricos e práticas integradas**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2022.

LUBBERINK, R.; BLOK, V.; VAN OPHEM, J.; OMTA, O. Lessons for responsible innovation in the business context: a systematic literature review of responsible, social and sustainable innovation practices. **Sustainability**, [s. l.], v. 9, n. 5, p. 721, 2017.

OWEN, R.; VON SCHOMBERG, R.; MACNAGHTEN, P. An unfinished journey? Reflections on a decade of responsible research and innovation. **Journal of Responsible Innovation**, [s. l.], v. 8, n. 2, p. 217-233, 2021.

PIROTTI, T. M. C.; BITENCOURT, C. C.; FACCIN, K.; KRETSCHMER, C. The process of social innovation scalability: what is the role of dynamic capabilities? **Journal of Innovation Management**, [s. l.], v. 9, n. 2, p. 21-38, 2021.

POLYPORTIS, A.; PAHOS, N. Navigating the perils of artificial intelligence: a focused review on ChatGPT and responsible research and innovation. **Humanities and Social Sciences Communications**, [s. l.], v. 11, n. 1, p. 1-10, 2024.

SILVA, L. M. D.; BITENCOURT, C. C.; FACCIN, K.; IAKOVLEVA, T. The role of stakeholders in the context of responsible innovation: a meta-synthesis. **Sustainability**, [s. l.], v. 11, n. 6, 1766, 2019.

SOUZA, M. F. de; SANTOS, A. C. M. Z. dos; SOUZA, M. Q. B. de. A empregabilidade no modelo bioecológico do desenvolvimento humano em contextos de vulnerabilidade. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, [s. l.], v. 21, n. 4, 2021.

WELCOMER, S. A.; COCHRAN, P. L.; RANDS, G.; HAGGERTY, M. Constructing a web: effects of power and social responsiveness on firm-stakeholder relationships. **Business & Society**, [s. l.], v. 42, n. 1, p. 43-82, 2003.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ☒ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Tópicos Especiais em Administração I: Plataformas Digitais: Modelo de Negócios, Estratégia e Mercado**

Ano/Semestre: 2025-1 – Segundo Bimestre

Carga horária total: 15 horas

Créditos: 01

Código da disciplina: Doutorado 130847_T01 / Mestrado 130807_T01

Professores: Dr. Jefferson Marlon Monticelli e Dr. Alexandre Borba da Silveira (pós-doc)

EMENTA

A disciplina discute os conceitos, tipos e práticas de plataformas digitais nas organizações, abordando os modelos de negócios, estratégias e mercado consumidor. Foca em compreender as plataformas digitais inseridas na economia compartilhada, colaborativa e cooperativa. Busca-se entender os impactos da plataformização dos negócios, nas organizações, instituições, no mercado de trabalho e consumidor. Os principais conceitos trabalhados ao longo da disciplina são os de sociedade plataformizada, economia compartilhada e colaborativa, estratégia de plataforma e cooperativismo de plataforma. Inclui estudos de caso, análises críticas e desenvolvimento de competências em avaliação de oportunidades e riscos desta estratégia. Além disso, explora a dinâmica e ascensão das infraestruturas sociotécnicas digitais.

OBJETIVOS

Capacitar os alunos a analisar e aplicar as principais teorias e conceitos relacionados as plataformas digitais, economia compartilhada, economia de acesso, economia colaborativa e cooperativismo de plataforma. Desenvolver a capacidade dos alunos de identificar e avaliar oportunidades de pesquisa e modelos de negócio práticos, com foco na economia e mercado digital. Preparar os alunos para compreender e aplicar estratégias de negócios digitais focado em economia compartilhada, economia colaborativa e economia cooperativa.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Economia compartilhada e Gig Economy. Economia colaborativa e Consumo colaborativo (Estratégia digital). Plataformas digitais (tipos, modelos e governança). Estratégia de Plataforma. Cooperativismo de Plataforma (tipologias, governança e estratégia).

METODOLOGIA

As seguintes metodologias de ensino serão usadas em aula:

- Aulas expositivas dialogadas
- Seminários
- Aprendizagem baseada em problemas (problemáticas propostas a partir da reflexão crítica dos artigos de maneira a desafiar o corpo discente)

AVALIAÇÃO

A avaliação das atividades envolverá:

- **Participação:** A leitura prévia dos textos indicados é imprescindível.
- **Resenhas e Apresentações:** Cada participante discente (alunos) realizará apresentações e preparará resenhas para os tópicos a serem estudados e debatidos em sala de aula.
- **Trabalho final:** O trabalho final da disciplina será um artigo relacionado a um dos tópicos abordados ao longo da disciplina ou compreenderá um conjunto de produções textuais relacionais aos diferentes tópicos. Toda produção textual deverá atender requisitos de normas técnicas para trabalhos acadêmicos (sugestão no máximo 10 mil palavras modelo EnANPAD).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ANDERSSON SCHWARZ, Jonas. Platform logic: An interdisciplinary approach to the platform-based economy. **Policy & Internet**, [s. l.], v. 9, n. 4, p. 374-394, 2017.

ATANASOVA, Aleksandrina; ECKHARDT, Giana M.; LAAMANEN, Mikko. Platform cooperatives in the sharing economy: How market challengers bring change from the margins. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [s. l.], 2024.

BAJDE, Domen; GOLF-PAPEZ, Maja; CULIBERG, Barbara. The cultural underpinnings of platformization: how social movement organizations helped form the category of the sharing economy. **Marketing Theory**, [s. l.], v. 24, n. 1, p. 153-172, 2024.

DE REUVER, Mark; SØRENSEN, Carsten; BASOLE, Rahul C. The digital platform: a research agenda. **Journal of information technology**, [s. l.], v. 33, n. 2, p. 124-135, 2018.

DE VAUJANY, François-Xavier; LECLERCQ-VANDELANNOITTE, Aurélie; HOLT, Robin. Communities versus platforms: the paradox in the body of the collaborative economy. **Journal of Management Inquiry**, [s. l.], v. 29, n. 4, p. 450-467, 2020.

ERTZ, M.; BOILY, É. The rise of the digital economy: Thoughts on blockchain technology and cryptocurrencies for the collaborative economy. **International Journal of Innovation Studies**, [s. l.], v. 3, n. 4, p. 84-93, 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijis.2019.12.002>. Acesso em: 15 de outubro de 2024.

FORAMITTI, Joël; VARVAROUSIS, Angelos; KALLIS, Giorgos. Transition within a transition: how cooperative platforms want to change the sharing economy. **Sustainability Science**, [s. l.], v. 15, n. 4, p. 1185-1197, 2020.

HAMARI, Juho; SJÖKLINT, Mimmi; UKKONEN, Antti. The sharing economy: why people participate in collaborative consumption. **Journal of the association for information science and technology**, [s. l.], v. 67, n. 9, p. 2047-2059, 2016.

KINDER, Eliscia; JARRAHI, Mohammad Hossein; SUTHERLAND, Will. Gig platforms, tensions, alliances, and ecosystems: An actor-network perspective. **Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction**, [s. l.], v. 3, n. CSCW, p. 1-26, 2019.

MARTIN, Chris J.; UPHAM, Paul; KLAPPER, Rita. Democratising platform governance in the sharing economy: An analytical framework and initial empirical insights. **Journal of Cleaner Production**, [s. l.], v. 166, p. 1395-1406, 2017.

PAPADIMITROPOULOS, Evangelos. Platform capitalism, platform cooperativism, and the commons. **Rethinking Marxism**, [s. l.], v. 33, n. 2, p. 246-262, 2021.

RAVENELLE, Alexandra J. Sharing economy workers: selling, not sharing. **Cambridge Journal of Regions, Economy and Society**, [s. l.], v. 10, n. 2, p. 281-295, 2017.

SANDOVAL, M. Entrepreneurial activism? Platform cooperativism between subversion and co-optation. **Crit Sociology**, [s. l.], v. 46, n. 6, p. 801-817, 2020. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1177/0896920519870577>. Acesso em: 15 de outubro de 2024.

SCHOLZ, T. **Platform cooperativism**. Challenging the corporate sharing economy. New York: Rosa Luxemburg Foundation, 2016.

SCHOR, Juliet. Debating the sharing economy. **Journal of self-governance and management economics**, [s. l.], v. 4, n. 3, p. 7-22, 2016.

SOLEL, Yifat. If uber were a cooperative: a democratically biased analysis of platform economy. **The Law & Ethics of Human Rights**, [s. l.], v. 13, n. 2, p. 239-262, 2019.

WEGNER, Douglas et al. A systematic review of collaborative digital platforms: structuring the domain and research agenda. **Review of Managerial Science**, [s. l.], v. 18, n. 9, p. 2663-2695, 2024.

ZHAO, Yang *et al.* The evolution of platform business models: exploring competitive battles in the world of platforms. **Long Range Planning**, [s. l.], v. 53, n. 4, 101892, 2020.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ANSELL, Chris; GASH, Alison. Collaborative platforms as a governance strategy. **Journal of Public Administration Research and Theory**, [s. l.], v. 28, n. 1, p. 16-32, 2018.

BAJDE, Domen; GOLF-PAPEZ, Maja; CULIBERG, Barbara. The cultural underpinnings of platformization: how social movement organizations helped form the category of the sharing economy. **Marketing Theory**, [s. l.], v. 24, n. 1, 2023.

BARDHI, Fleura; ECKHARDT, Giana M. Access-based consumption: the case of car sharing. **Journal of Consumer Research**, [s. l.], v. 39, n. 4, p. 881-898, 2012.

ECKHARDT, Giana M. *et al.* Marketing in the sharing economy. **Journal of Marketing**, [s. l.], v. 83, n. 5, p. 5-27, 2019.

ERTZ, Myriam. Collaborative consumption, a buzzword that has gone conceptual: three shades of the sharing economy. **Oikonomics**, [s. l.], v. 14, n. 14, p. 1-14, 2020.

FALCÓN-PÉREZ, C. E.; FUENTES-PERDOMO, J. Mejorando el bienestar de la sociedad a través del cooperativismo de plataforma. **Ciriec-España, Revista De economía Pública, Social Y Cooperativa**, [s. l.], v. 95, p. 161-190, 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.7203/CIRIEC-E.95.12655>. Acesso em: 15 de outubro de 2024.

FRENKEN, Koen *et al.* An institutional logics perspective on the gig economy. In: MAURER, Indre; MAIR, Johanna; OBERG, Achim. **Theorizing the sharing economy: Variety and trajectories of new forms of organizing**. [S. l.]: Emerald Publishing Limited, 2020. p. 83-105.

GERHARD, Felipe; SILVA JÚNIOR, Jeová Torres; CÂMARA, Samuel Façanha. Tipificando a economia do compartilhamento e a economia do acesso. **Organizações & Sociedade**, [s. l.], v. 26, p. 795-814, 2019.

KOZINETTS, Robert; PATTERSON, Anthony; ASHMAN, Rachel. Networks of desire: How technology increases our passion to consume. **Journal of Consumer Research**, [s. l.], v. 43, n. 5, p. 659-682, 2017.

LAURELL, Christofer; SANDSTRÖM, Christian. The sharing economy in social media: Analyzing tensions between market and non-market logics. **Technological Forecasting and Social Change**, [s. l.], v. 125, p. 58-65, 2017.

SCHOR, Juliet. **After the gig**: how the sharing economy got hijacked and how to win it back. [S. l.]: Univ of Califórnia Press, 2020.

SILVEIRA, A. B. da *et al.* Flattening relations in the sharing economy: a framework to analyze users, digital platforms, and providers. *In*: ERTZ, M. (org.). **Handbook of research on the platform economy and the evolution of E-Commerce**. [S. l.]: IGI Global, 2022. p. 26-51.

SILVEIRA, Alexandre Borba da; LEVRINI, Gabriel Roberto Dellacasa; ERTZ, Myriam. How digital platforms materialize sustainable collaborative consumption: a Brazilian and Canadian bike-sharing case study. **Journal of International Consumer Marketing**, [s. l.], v. 34, n. 1, p. 51-71, 2022.

SILVEIRA, Alexandre Borba da; WEGNER, Douglas. Cooperativismo de plataforma: uma proposta de tipologia organizacional. **Revista de Gestão e Organizações Cooperativas**, [s. l.], v. 11, p. e85881-e85881, 2024.

SUTHERLAND, Will; JARRAHI, Mohammad Hossein. The sharing economy and digital platforms: A review and research agenda. **International Journal of Information Management**, [s. l.], v. 43, p. 328-341, 2018.

VALLAS, Steven; SCHOR, Juliet B. What do platforms do? Understanding the gig economy. **Annual review of sociology**, [s. l.], v. 46, n. 1, p. 273-294, 2020.

WOOD, Alex J. *et al.* Good gig, bad gig: autonomy and algorithmic control in the global gig economy. **Work, employment and society**, [s. l.], v. 33, n. 1, p. 56-75, 2019.

ZHU, Jiang; MARJANOVIC, Olivera. A different kind of sharing economy: a literature review of platform cooperatives. *In*: HAWAII INTERNATIONAL CONFERENCE ON SYSTEM SCIENCES, 54., 2021, Honolulu. **Electronic proceedings** [...]. Honolulu: University of Hawaii at Manoa, 2021. p. 4128-4137. Disponível em: URI: <https://hdl.handle.net/10125/71119> acesso em 10 de abril de 2025.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ☒ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Marketing Estratégico e Proposição de Valor**

Ano/Semestre: 2025/1 Primeiro Bimestre

Carga horária total: 30h/a

Créditos: 02

Código da disciplina: Doutorado 130834 / Mestrado 130795

Professor: Dr. Guilherme Trez

EMENTA

A disciplina discute as abordagens teóricas que constituem o campo do marketing estratégico e sua relação com a proposição de valor ao cliente, à empresa e à sociedade. A análise das relações de interdependência do marketing com outras disciplinas para a definição de estratégias de proposição de valor. A compreensão das dinâmicas de competição a partir da estrutura teórica de orientação para o mercado e seus desdobramentos na gestão estratégica de marketing.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

A relação entre marketing estratégico e estratégia competitiva. Dimensões estruturais da organização de marketing. Orientação ao mercado e vantagem competitiva. Proposição de valor ao cliente. Interdisciplinaridade e proposição de valor. Marketing de relacionamento. Valor de marca e valor do cliente. Marketing e desempenho organizacional.

OBJETIVOS

- Compreender o campo de estudos em marketing estratégico e sua contribuição para a construção de valor segundo a perspectiva do mercado.
- Desenvolver a capacidade de analisar as organizações – estruturas, estratégias e práticas – a partir de uma orientação estratégica voltada à criação de valor para o cliente.
- Apropriar-se de abordagens teóricas e práticas de avaliação do desempenho organizacional a partir do marketing estratégico.

METODOLOGIA

A disciplina é organizada em aulas expositivas e dialogadas com participação ativa dos estudantes nas discussões dos conteúdos trabalhados. A leitura antecipada dos textos é requerida. Atividades como seminários de discussão e estudos de casos serão articuladas com teorias de outras áreas, conhecimento prévio, relatos de experiências dos alunos no processo de ensino e aprendizagem. A produção de sentido na discussão, além da compreensão teórica, se dará pelo estabelecimento de relação entre teoria e prática.

AVALIAÇÃO

As formas de avaliação envolverão tanto a dimensão individual quanto a coletiva e irão contemplar a participação nas atividades realizadas em aula. Uma atividade avaliativa será entregue ao final do semestre para avaliar a compreensão dos conteúdos trabalhados durante a disciplina.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DAY, G. S. Closing the marketing capabilities gap. **Journal of Marketing**, [s. l.], v. 75, n. 4, p. 183-195, 2011.

DAY, G. S.; MOORMAN, C. **Strategy from the outside in**. [S. l.]: McGraw-Hill, 2010.

JAWORSKI, B. J.; KOHLI, A. K.; SAHAY, A. Market-driven versus driving markets. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [s. l.], v. 28, n. 1, p. 45-54, 2000.

LEMON, K. N.; RUST, R. T.; ZEITHAML, V. A. What drives customer equity. **Marketing Management Journal**, [s. l.], v. 10, n. 1, p. 20-25, 2001.

MOORMAN, C.; DAY, G. S. Organizing for marketing excellence. **Journal of Marketing**, [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.], v. 40, p. 102-119, 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, p. 1-23, 2017.

VARADARAJAN, R. Strategic marketing and marketing strategy: domain, definition, fundamental issues and foundational premises. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [s. l.], v. 38, n. 2, p. 119-140, 2009.

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. **Harvard Business Review**, [s. l.], Mar. 2006.
- BADOT, O.; COVA, B. The myopia of new marketing panaceas: the case for rebuilding our discipline. **Journal of Marketing Management**, [s. l.], v. 24, n. 1-2, p. 205-219, 2008.
- CLARK, B.; AMBLER, T. Managing the marketing metrics portfolio. **Marketing Management Journal**, [s. l.], v. 20, n. 3, p. 16-21, 2011.
- DAY, G. S. The capabilities of market-driven organizations. **Journal of Marketing**, [s. l.], v. 58, n. 4, p. 27-52, 1994.
- DAY, G. S. Misconceptions about market orientation. **Journal of Market-Focused Management**, [s. l.], v. 4, p. 5-16, 1999.
- DAY, G. S. Closing the marketing capabilities gap. **Journal of marketing**, [s. l.], v. 75, n. 4, p. 183-195, 2011.
- HANSENS, D. M., THORPE, D.; FINKBEINER, C. Marketing when customer equity matters. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 86, n. 5, p. 117, 2008.
- HEMONNET-GOUJOT, A.; ABECASSIS-MOEDAS, C.; MANCEAU, D. When external design and marketing collaborate to develop new products: a typology of patterns. **Creativity and Innovation Management**, [s. l.], v. 29, p. 51-62, 2020.
- HIRUNYAWIPADA, T.; BEYERLEIN, M.; BLANKSON, C. Cross-functional integration as a knowledge transformation mechanism: Implications for new product development. **Industrial Marketing Management**, [s. l.], v. 39, n. 4, p. 650-660, 2010.
- KRUSH, M. T.; SOHI, R. S.; SAINI, A. Dispersion of marketing capabilities: impact on marketing's influence and business unit outcomes. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [s. l.], v. 43, n. 1, p. 32-51, 2014. Disponível em: <http://doi.org/10.1007/s11747-014-0420-7>.
- KUMAR, N.; SCHEER, L.; KOTLER, P. From market driven to market driving. **European Management Journal**, [s. l.], v. 18, n. 2, p. 129-142, 2000.
- NARVER, J.; SLATER, S. F.; TIETJE, B. Creating a Market Orientation. **Journal of Market-Focused Management**, [s. l.], v. 2, n. 3, p. 233-236, 1998.
- OLSON, E. M.; OLSON, K. M.; CZAPLEWSKI, A. J.; KEY, T. M. Business strategy and the management of digital marketing. **Business horizons**, [s. l.], v. 64, n. 2, p. 285-293, 2021.
- RUST, R. T.; MOORMAN, C.; BHALLA, G. Rethinking marketing. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 88, n. 1/2, p. 94-101, 2010.

TROY, L. C.; HIRUNYAWIPADA, T.; PASWAN, A. K. Cross-functional integration and new product success: an empirical investigation of the findings. **Journal of Marketing**, [s. l.], v. 72, n. 6, p. 132-146, 2008.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ☒ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Análise Exploratória de Dados**

Ano/Semestre: 2025/1 – Segundo Bimestre

Carga horária total: 30h/a

Créditos: 02

Código da disciplina: Doutorado 130821 / Mestrado 130783

Professor: Dr. Wagner Junior Ladeira

EMENTA

Discussão dos métodos estatísticos de análise de dados mais relevantes. Partindo da contextualização dos diversos métodos estatísticos no âmbito das pesquisas científicas, a identificação do método mais adequado para cada tipo de pesquisa, bem como para a correta interpretação das análises realizadas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Análise estatística descritiva
- Distribuição normal
- Testes de hipóteses
- Questões de significância
- Análise de diferenças entre duas condições: teste t pareado
- Análise de diferenças entre duas condições: teste t independente
- Análise de Variância (Anova)
- Qui-quadrado
- Análise de correlação

OBJETIVOS

Analisar os principais métodos estatísticos utilizados em pesquisas científicas, promovendo a compreensão das características de cada método e sua adequação aos diferentes tipos de pesquisa.

Além disso, buscar capacitar os alunos na correta interpretação dos resultados das análises estatísticas, visando à aplicação prática nas investigações acadêmicas e profissionais.

METODOLOGIA

Exposições dialogadas, seminários, apresentação de pesquisas práticas, aulas expositivas.

AValiação

As avaliações considerarão o grau de conhecimento apresentado pelo participante, sua evolução através das atividades, também em termos de habilidades e/ou atitudes, e, a relevância das participações e consistência das contribuições apresentadas. Os alunos serão avaliados a partir de postagem do desenvolvimento de exercícios práticos e prova.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRUNI, A. L. **SPSS Guia Prático para Pesquisadores**. São Paulo: Atlas, 2012.

DANCEY, C. P.; REIDY, J. **Estatística sem matemática para psicologia**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ANDERSON, D. R.; SWEENEY, D. J.; WILLIAMS, T. A. **Estatística aplicada à administração e economia**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

BISQUERRA, R.; SARRIERA, J. C.; MARTÍNEZ, F. **Introdução à Estatística: enfoque informático com o pacote estatístico SPSS**. Porto Alegre: Artmed, 2004.

DOUGLAS, D.; CLARK, J. **Estatística aplicada**. São Paulo: Saraiva, 1998.

FIELD, A. **Descobrendo a estatística usando o SPSS**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FREUND John E.; SIMON Gary A. **Estatística aplicada: economia, administração e contabilidade**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.

HAIR, J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

MATOS, C. A. de. Análise de dados quantitativos. *In*: ZILLES, F. (org.) *et al.* **Pesquisa mercadológica**. São Leopoldo: Unisinos, 2012. P. 36-42.

NEWBOLD, Paul. **Statistics for business and economics**. 4. ed. New Jersey: Prentice-Hall, 1995.

SILVER, Mick. **Estatística para administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

STEVENSON, William J. **Estatística aplicada a administração**. 1. ed. São Paulo: Harper & Row, 1981.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ☒ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Data Science**

Ano/Semestre: 2025/1 – Primeiro Bimestre

Carga horária total: 30h/a

Créditos: 02

Código da disciplina: Doutorado 130820 / Mestrado 130782

Professor: Dr. Wagner Junior Ladeira

EMENTA

Esta disciplina introdutória de Data Science visa capacitar gestores de administração com os conceitos e ferramentas fundamentais para analisar e interpretar dados. Serão abordados tópicos como coleta, limpeza e visualização de dados, além de técnicas básicas de análise estatística e aprendizado de máquina. O curso enfatiza a aplicação prática desses conceitos no contexto de negócios e gestão, visando melhorar a tomada de decisão baseada em dados.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Definição e importância da Data Science

O papel do gestor na era dos dados

Aplicações práticas em administração

2. Introdução a linguagem de programação

3. Fontes de dados (internas e externas)

Técnicas de coleta de dados

Limpeza e preparação de dados

Análise Exploratória de Dados (EDA)

4. Princípios de design de visualização

Ferramentas de visualização

Casos práticos de visualização em gestão

Fundamentos de Estatística para Data Science

5. Conceitos básicos e tipos de aprendizado de máquina

Exemplos práticos de algoritmos de aprendizado supervisionado e não supervisionado

Aplicações práticas em negócios

Tomada de Decisão Baseada em Dados

6. Estudos de caso

Ferramentas de suporte à decisão

Implementação de estratégias baseadas em análises de dados

OBJETIVOS

A disciplina destina-se a possibilitar a(os) alunos(as) (1) Compreender os princípios básicos de Data Science e sua aplicação em administração, (2) Desenvolver habilidades práticas em coleta, limpeza e análise de dados, (3) Aplicar técnicas de visualização de dados para comunicar informações de forma eficaz, (4) Introduzir conceitos de aprendizado de máquina e suas aplicações em negócios, e (5) Capacitar os alunos a tomar decisões informadas com base em análises de dados.

METODOLOGIA

Uso do método expositivo-dialógico da teoria e com aplicação prática. O procedimento didático é dado por meio de leitura e análise crítica de textos, estudos dirigidos, além da resolução de exercícios propostos pelos professores.

AVALIAÇÃO

As avaliações considerarão o grau de conhecimento apresentado pelo participante, sua evolução através das atividades, também em termos de habilidades e/ou atitudes, e, a relevância das participações e consistência das contribuições apresentadas. Os alunos serão avaliados a partir de postagem do desenvolvimento de exercícios práticos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FORBELLONE, André Luiz Villar; EBERSPACHER, Henri Frederico. **Lógica de programação: a construção de algoritmos e estruturas de dados com aplicações em Python**. Porto Alegre : Bookman, 2022. *E-book*. Disponível em: <https://www.biblioteca.asav.org.br/acervo/5311342>. Acesso em: 06/06/2025.

MUNIZ, Antônio; ESCOVEDO, Tatiana; GOMES, Cláudio; GUILHON, André; GUAMÁ, Juliana; CORDEIRO, Karine; ISENSEE, Rodrigo. **Jornada Phyton**: uma jornada imersiva na aplicabilidade de uma das mais poderosas linguagens de programação do mundo. Rio de Janeiro: Editora Brasport, 2022.

TAVARES NETO, Roberto Fernandes; SILVA, Fábio Molina da. **Introdução à programação para engenharia**: usando a linguagem Python. Rio de Janeiro: LTC, 2022.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

HAIR, J. F. *et al.* **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

LONG, J. Scott. **Confirmatory factor analysis**: a preface to lisrel. Newbury Park: Sage, 1983.

SHOOK, C. L.; KETCHEN D. J.; CYCYOTA C. S.; CROCKETT D. Data analytic trends and training in strategic management. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 24, n. 12, p. 1231-1237, 2003.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ☒ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Prática de Pesquisa I**

Ano/Semestre: 2025/1 - Segundo Bimestre

Carga horária total: 15h/a

Créditos: 01

Código da disciplina: Doutorado 130826 / Mestrado 130786

Professor: Dr. Jorge Renato de Souza Verschoore Filho

EMENTA

A disciplina busca a inserção e atuação regular do discente como pesquisador(a), em atividades práticas para desenvolvimento da sua pesquisa de dissertação ou tese. As práticas investigativas são supervisionadas pelos professores pesquisadores do Programa e aprimoradas através da revisão e debate com os professores e entre pares.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Trabalho prático para desenvolvimento da pesquisa de dissertação ou tese. Aplicação de métodos e técnicas de pesquisa aprendidos nas disciplinas metodológicas (obrigatórias) do curso. Apresentação, debate e análise crítica dos projetos de pesquisa e protocolos de pesquisa.

OBJETIVOS

- Capacitar os discentes para a aplicação de métodos e técnicas de pesquisa na área da Administração;
- Desenvolver a visão crítica e analítica sobre a prática de pesquisa;
- Desenvolver a capacidade de gerenciamento do desenvolvimento de projetos de pesquisa.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

A bibliografia básica e complementar será organizada de acordo com o autor ou o tema selecionado para estudo. A bibliografia básica e complementar já abordada nas disciplinas metodológicas (obrigatórias) do curso servirá como material de apoio, consulta e revisão.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

A bibliografia básica e complementar será organizada de acordo com o autor ou o tema selecionado para estudo. A bibliografia básica e complementar já abordada nas disciplinas metodológicas (obrigatórias) do curso servirá como material de apoio, consulta e revisão.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ☒ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Teoria das Organizações**

Ano/Semestre: 2025/1 – Primeiro Bimestre

Carga horária total: 30h/a

Créditos: 02

Código da disciplina: Doutorado 130829 / Mestrado 130790

Professora: Dra. Yeda Swirski de Sousa

EMENTA

Esta atividade acadêmica visa promover conhecimento e análise crítica sobre teorias das organizações em diferentes abordagens e desenvolvimentos. Procura analisar, por diferentes perspectivas, as teorias, os conceitos e os modelos que constituem o estado da arte nesse campo do conhecimento. Pretende contribuir para o desenvolvimento da capacidade de interpretação e análise crítica de práticas, políticas e estratégias de gestão.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

A teoria das organizações constitui-se em campo com influência de diferentes disciplinas como a economia, a sociologia, a antropologia e a ciência política. A disciplina aborda as vertentes da teoria das organizações cuja influência está conectada a esses domínios. Constitui-se como núcleo temático da atividade o aprofundamento sobre a teoria da contingência e desenho organizacional, as teorias sobre cognição e aprendizagem organizacional, a abordagem da cultura organizacional, a teoria institucional e da ecologia das organizações, bem como novas vertentes e tendências na teoria das organizações. São abordados aspectos referentes às dimensões econômicas, institucionais e culturais das organizações em seus processos intra e intraorganizacionais. A contribuição dos estudos organizacionais no Brasil é abordada no contexto de cada subtema.

OBJETIVOS

- Promover o conhecimento sobre teorias das organizações em diferentes abordagens e desenvolvimentos;

- Desenvolver a capacidade analítica das teorias, dos conceitos e dos modelos que constituem o estado da arte nesse campo do conhecimento;
- Oportunizar o desenvolvimento da capacidade de análise crítica de práticas, políticas e estratégias de gestão.

METODOLOGIA

Esta disciplina está organizada na modalidade de seminário, prevendo leitura prévia e discussão de textos, exposições dialogadas, estudos de caso.

AVALIAÇÃO

A avaliação da atividade envolverá:

- Participação: A leitura prévia dos textos indicados é imprescindível.
- Resenhas e Apresentações: Cada participante fará apresentações e preparará resenhas para os tópicos a serem estudados.
- Trabalho final: O trabalho final da disciplina será um artigo relacionado a um dos tópicos abordados ao longo da disciplina ou compreenderá um conjunto de produções textuais relacionadas aos diferentes tópicos. Toda produção textual deve atender requisitos de normas técnicas para trabalhos acadêmicos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BATTILANA, J. Agency and institutions: the enabling role of individuals' social position. **Organization**, [s. l.], v. 13, n. 5, p. 653-676, 2006.

CHANDLER, Alfred. **Strategy and Structure – chapters in the history of the industrial enterprise**. Cambridge, USA: MIT Press, 1963.

CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. **Handbook de estudos organizacionais**: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais. São Paulo: Atlas, 2001.

DAVIS, G. F.; SINHA, A. Varieties of uberization: how technology and institutions change the organization(s) of late capitalism. **Organization Theory**, [s. l.], v. 2, n. 1, 2021.

DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. A gaiola de ferro revisitada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. **Revista de Administração de Empresa**, São Paulo, v. 45, n. 2, p. 74-89, 2005.

FARAJ, S.; PACHIDI, S. Beyond uberization: the co-constitution of technology and organizing. **Organization Theory**, [s. l.], v. 2, n. 1, 2021.

FORRESTER, J. W. The beginning of system dynamics. **The McKinsey Quarterly**, [s. l.], n. 4, p. 4-17, 1995.

FREEMAN, J.; HANNAN, M. Ecologia populacional das organizações. **Revista de Administração de Empresa**, São Paulo, v. 45, n. 3, p. 70-90, 2005.

LUSTOSA, F. Brasil: 200 anos de Estado; 200 anos de administração pública; 200 anos de reformas. **Revista de Administração Pública**, [s. l.], v. 42, n. 5, p. 829-874, 2008.

RAMOS, G. A sociologia de Max Weber: sua importância para a teoria e a prática da administração. **Revista do Serviço Público**, [s. l.], v. 57, n. 2, p. 267-282, 2006.

RIBEIRO, I. Implicações da Obra de March e Simon para as Teorias das Organizações e Tomada de Decisão. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, [s. l.], v. 14, n. 4, p. 149-159, 1 dez. 2015.

TSOUKAS, H.; KNUDSEN, C. **The Oxford handbook of organizational theory**. Oxford: [s. n.], 2013.

WEBER, Max. **Economia e sociedade**. Brasília, DF: Ed. Universidade de Brasília, 1994. v. 1.

WEICK, K. **Sensemaking in organizations**. London: Sage, 1995.

WILLIAMSON, O. The economics of organizations: the transaction cost approach. **American Journal of Sociology**, [s. l.], v. 87, n. 3, p. 548-577, 1981.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BECKMAN, S. L. Introduction to a symposium on organizational design. **California Management Review**, [s. l.], v. 51, n. 4, p. 6-10, 2009.

CYERT, R. M.; MARCH, J. G. **A behavioral theory of the firm**. 2nd ed. Cambridge: Blackwell, 1992.

GALINDO, F. Agência humana e estrutura. **Ciências Sociais Unisinos**, [s. l.], v. 51, n. 2, p. 123-132, 2015.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, [s. l.], n. 91, p. 481-510, 1985.

LAWRENCE, P.; LORSCH, J. Differentiation and integration in complex organizations. **Administrative Science Quarterly**, [s. l.], v. 12, p. 1-47, 1967.

MEYER, J. W.; ROWAN, B. Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. **American Journal of Sociology**, Chicago, v. 82, n. 2, p. 340-363, 1977.

PERROW, C. **Complex organizations: a critical essay**. 3rd ed. New York: Random House, 1986.

SCOTT, R. W. **Institutional environments and organizations:** structural complexity and individualism. London: Sage, 1994.

SOUZA, Y. Swirski de. Organizações de aprendizagem ou aprendizagem organizacional. **RAE Eletrônica**, [s. l.], v. 3, n. 1, p. 1-16, 2004.

SOUZA, Y. Swirski de. Finalidade ou linguagem: abordagens para o sentido da ação em estudos organizacionais. **Cadernos EBAPE. BR**, [s. l.], v. 2, n. 2, p. 1-14, 2004.

WEICK, K. E. **The social psychology of organizing**. Reading: Addison-Wesley, 1979.

ZUCKER, L. G. Institutional theories of organization. **Annual Review of Sociology**, [s. l.], v. 13, p. 446-464, 1987.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ☒ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Economia Comportamental**

Ano/Semestre: 2025/1 – Primeiro Bimestre

Carga horária total: 30h/a

Créditos: 02

Código da disciplina: Doutorado 130831 / Mestrado 130792

Professor: Dr. Magnus dos Reis

EMENTA

A disciplina aborda fundamentos da Economia Comportamental, explorando heurísticas, vieses e a interação entre emoção e cognição na tomada de decisão. Aplicações práticas incluem análise do comportamento do consumidor. Metodologias de pesquisa e tendências futuras na área são discutidas, proporcionando uma visão abrangente para aplicação prática e pesquisa avançada.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Introdução à Economia Comportamental

Principais conceitos e abordagens teóricas

Críticas e contribuições à teoria econômica tradicional

Fundamentos Psicológicos e Tomada de Decisão

Teorias psicológicas subjacentes (heurísticas e vieses)

Processos de tomada de decisão individual

Influência da emoção e cognição nas escolhas econômicas

Modelos Comportamentais Aplicados à Administração

Teoria da perspectiva e aversão à perda

Teoria da contabilidade mental

Teoria da escolha intertemporal

Comportamento do Consumidor

Influência de fatores comportamentais no consumo

Efeitos psicológicos sobre preferências e escolhas de produtos

Estratégias de marketing baseadas em economia comportamental

Tomada de Decisão em Ambientes Organizacionais

Análise de experimentos e estudos empíricos relevantes

Aplicações da economia comportamental em contextos específicos

Discussões sobre desafios e oportunidades na implementação de estratégias baseadas em economia comportamental

Desenho experimental e coleta de dados

Desenvolvimento de Pesquisa em Economia Comportamental

OBJETIVOS

- Proporcionar aos alunos de mestrado e doutorado uma compreensão dos fundamentos teóricos e práticos da economia comportamental.
- Fornecer ferramentas analíticas e metodológicas para entender como os fatores psicológicos influenciam as decisões econômicas e as interações nos ambientes organizacionais. Além disso,
- Capacitar os estudantes a aplicarem esses conhecimentos na resolução de problemas complexos relacionados à tomada de decisões e comportamento humano nas organizações.

METODOLOGIA

Uso do método expositivo-dialógico da teoria e com aplicação prática. O procedimento didático é dado por meio de leitura e análise crítica de textos, estudos dirigidos, além da resolução de exercícios propostos pelos professores.

AValiação

Os estudantes serão avaliados por resumos do material de leitura, listas de exercícios e prova.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CAMERER, Colin F.; LOEWENSTEIN, George; RABIN, Matthew (ed.). **Advances in behavioral economics**. Princeton: Princeton University Press, 2004.

CARTWRIGHT, Edward. **Behavioral Economics**. 4. ed. London: Routledge, 2024.

GOLDSMITH, Elizabeth B. **Consumer economics**: issues and behaviors. London: Routledge, 2016.

KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e devagar**: duas formas de pensar. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

THALER, Richard H. **Misbehaving**: a construção da economia comportamental. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2019.

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. **Nudge**: como tomar melhores decisões: edição ampliada e definitiva. Rio de Janeiro: Objetiva, 2023.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DELLAVIGNA, Stefano. Psychology and economics: evidence from the field. **Journal of Economic Literature**, [s. l.], v. 47, n. 2, p. 315-372, jun. 2009.

FEHR, Ernst; FISCHBACHER, Urs; KOSFELD, Michael. Neuroeconomic foundations of trust and social preferences: initial evidence. **American Economic Review**, [s. l.], v. 95, n. 2, p. 346-351, 2005.

KAHNEMAN, Daniel. Maps of bounded rationality: psychology for behavioral economics. **American Economic Review**, [s. l.], v. 93, n. 5, p. 1449-1475, Dec. 2003.

THALER, Richard H. Behavioral economics: past, present, and future. **American Economic Review**, [s. l.], v. 106, n. 7, p. 1577-1600, July 2016.

TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. Judgment under uncertainty: heuristics and biases. **Science**, [s. l.], v. 185, p. 1124-1131, 1974.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ☒ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Dinâmica de Sistemas de Inovação**

Ano/Semestre: 2025/1 Primeiro Bimestre

Carga horária total: 30h/a

Créditos: 02

Código da disciplina: Doutorado 130839 / Mestrado 130800

Professora: Dra. Janaina Ruffoni Trez

EMENTA

A Inovação é um fenômeno dependente de múltiplos atores e contextos. Nesta linha a abordagem de Sistemas de Inovação (SNI) e suas derivações (sistema global, nacional, regional, local e setorial) torna-se essencial para que seja possível compreender a complexidade da dinâmica inovativa. Para tanto, devem ser explorados elementos teóricos e empíricos de SI, considerando tanto a abordagem original quanto suas atualizações.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Sistema de Inovação (SI): natureza, conceito original, estrutura e atualizações.

Sistema Nacional de Inovação (SNI) e derivações conceituais: global, regional/local e setorial.

Sistemas de Inovação (SI) e suas dinâmicas: indicadores e níveis de desenvolvimento; análises qualitativas e quantitativas.

OBJETIVOS

Nesta disciplina objetiva-se estudar e compreender a dinâmica inovativa a partir de contextos amplos: global, nacional, regional/local e setorial. Para tanto, é discutido o conceito original de Sistema Nacional de Inovação (SNI), suas derivações (sistema global, regional, local e setorial) e atualizações. Também são exploradas formas de análise de Sistemas de Inovação (SI), permitindo conhecer e compreender suas características empíricas, seus níveis de desenvolvimento e suas inter-relações.

METODOLOGIA

Adota-se como metodologia para a compreensão da Inovação o pressuposto desta ser um fenômeno social, interativo, multifacetado e que apresenta particularidades importantes em diferentes níveis de análise: global, nacional, regional, local e setorial. Desta forma, objetiva-se apresentar ao discente uma perspectiva de compreensão da Inovação enquanto um conceito amplo, fundamentado no progresso científico e tecnológico e, assim, um fenômeno fundamental para o processo de desenvolvimento da sociedade. A perspectiva teórica que ancora a discussão proposta é a teoria econômica evolucionária.

A execução da disciplina ocorrerá por meio de aulas expositivas e dialogadas; seminários e discussões orientadas; e ambiente virtual de apoio.

AVALIAÇÃO

A avaliação terá como princípio o uso de diferentes tipos de instrumentos, considerando o desempenho individual e coletivo dos discentes.

São previstas avaliações na forma de seminários, participações qualificadas nas discussões realizadas em sala de aula e estudos dirigidos. Também devem ser usados como instrumentos avaliativos a realização de uma prova individual escrita e/ou a elaboração de um artigo acadêmico a respeito de um tópico relacionado ao conteúdo programático.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARCHIBUGI, D.; FILIPPETTI, A. (ed.). **The Handbook of global science, technology, and innovation**. 1st ed. John Wiley & Sons, 2015.

CASSIOLATO, J.; LASTRES, H.; MATOS, M.; MEZZADRA, M. Innovación y desarrollo desde un enfoque sistémico y contextualizado. In: NATERA, J.; SUAREZ, D. (ed.). **Métodos para el análisis de los procesos de ciencia, tecnología, innovación y sociedad**: herramientas para el estudio de América Latina. [S. l.]: UAM-UNGS, 2024. v. 1: Métodos Cualitativos. p. 187-220.

CHAMINADE, C.; LUNDVALL, B.; HANEEF, S. (ed.). **Advanced introduction to national innovation systems**. [S. l.]: Edward Elgar Publishing, 2018.

RAPINI, Márcia Siqueira; RUFFONI, Janaina; SILVA, Leandro Alves; ALBUQUERQUE, Eduardo da Motta (org.). **Economia da ciência, tecnologia e inovação**: fundamentos teóricos e a economia global. 2. ed. Belo Horizonte: FACE: UFMG, 2021. (Coleção População e Economia).

SUÁREZ, D.; ERBES, A.; BARLETTA, F. (ed.). **Teoría de la innovación**: evolución, tendencias y desafíos: herramientas conceptuales para la enseñanza y el aprendizaje. 1ª ed. Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento; Madrid: Ediciones Complutense, 2020.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BINZ, C.; TRUFFER, B. Global innovation systems: a conceptual framework for innovation dynamics in transnational contexts. **Research Policy**, [s. l.], v. 46, n. 7, p. 1284-1298, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.05.012>. Acesso em: 15 ago. 2024.

COOKE, P. Regional innovation systems, clusters, and the knowledge economy. **Industrial and Corporate Change**, [s. l.], v. 10, n. 4, p. 945-974, 2001.

COOKE, P.; ASHEIM, B. T.; BOSCHMA, R.; MARTIN, R.; SCHWARTZ, D.; T_DTLING, F. (ed.). **Handbook of Regional Innovation and Growth**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2011.

FREEMAN, C. Continental, national and sub-national innovation systems: complementarity and economic growth. **Research Policy**, [s. l.], v. 31, p. 191-211, 2002.

LUNDVALL, B.-Å. (ed.). **National systems of innovation**: towards a theory of innovation and interactive learning. London: Pinter Publishers, 1992.

LUNDVALL, B. Å.; RIKAP, C. China's catching-up in artificial intelligence seen as a co-evolution of corporate and national innovation systems. **Research Policy**, [s. l.], v. 51, n. 1, 104395, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104395>. Acesso em: 15 ago. 2024.

LUNDVALL, B.-Å.; JOSEPH, K.; CHAMINADE, C.; VAN, J. **Handbook of innovation systems and developing countries**: building domestic capabilities in a global setting. Cheltenham, UK; Northampton, MA: Edward Elgar, 2009.

MALERBA, F. Sectoral systems and innovation and technology policy. **Revista Brasileira de Inovação**, [s. l.], v. 2, n. 2, p. 329-375, 2003.

MALERBA, F. Sectoral systems of innovation and production. **Research Policy**, [s. l.], v. 31, n. 2, p. 247-264, 2002.

PEREZ, C.; SOETE, L. Catching up in technology: entry in barriers and windows of opportunity. In: DOSI, G.; FREEMAN, C.; NELSON, R.; SOETE, L. (ed.). **Technical change and economic theory**. London: Pinter Publishers, 1988. p. 458-479.

SUZIGAN W.; ALBUQUERQUE, E. M.; CARIO, S. (org.). **Em busca da inovação**: interação universidade-empresa no Brasil. Belo Horizonte: Autêntica, 2011.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ☒ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Produção de Artigos Científicos**

Ano/Semestre: 2025/1 – Primeiro Bimestre

Carga horária total: 15h/a

Créditos: 01

Código da disciplina: Doutorado 130842 / Mestrado 130803

Professor: Dr. Ivan Lapuente Garrido

EMENTA

Dentre os principais objetivos dos Programas de Pós-Graduação, para além do aprofundamento teórico-científico pertinente a cada área de estudo estão a produção e a disseminação do conhecimento. Esta atividade busca desenvolver as habilidades técnicas para a produção de teses, dissertações, projetos e, especialmente, artigos científicos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Como estruturar artigos científicos

Revisão de Artigos

Submissão e avaliação de artigos

Base de Dados

Gerenciadores Bibliográficos

Ferramentas de IA para pesquisa científica

OBJETIVOS

- Discutir e desenvolver as habilidades técnicas para a produção de teses, dissertações, projetos e artigos científicos.
- Capacitar tecnicamente os participantes para o uso de ferramentas de apoio à pesquisa;
- Capacitar os participantes para estruturar artigos científicos,

- Desenvolver conhecimentos sobre os processos de avaliações e submissões de artigos científicos.

METODOLOGIA

Aulas expositivo dialogadas;

Convidados especialistas em diversas áreas.

AVALIAÇÃO

A aprovação estará vinculada à presença mínima exigida (75%).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARLEY, Stephen R. When I write my masterpiece: thoughts on what makes a paper interesting. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 49, n. 1, p. 16-20, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amj.2006.20785495>. Acesso em: 9 mar. 2024.

BILLSBERRY, Jon. Desk-rejects: 10 top tips to avoid the cull. **Journal of Management Education**, [s. l.], v. 38, n. 1, p. 3-9, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1052562913517209>. Acesso em: 9 jul. 2024.

GELETKANYCZ, Marta; TEPPER, Bennett J. Publishing in AMJ—part 6: Discussing the implications. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 55, n. 2, p. 256-260, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amj.2012.4002>. Acesso em: 9 jul. 2024.

GEORGE, Gerard. Publishing in AMJ for non-US authors. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 55, n. 5, p. 1023-1026, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amj.2012.4005>. Acesso em: 9 jul. 2024.

GRANT, Adam M.; POLLOCK, Timothy G. Publishing in AMJ—Part 3: Setting the hook. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 54, n. 5, p. 873-879, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amj.2011.4000>. Acesso em: 9 jul. 2024.

KHALIFA, Mohamed; ALBADAWY, Mona. Using artificial intelligence in academic writing and research: an essential productivity tool. **Computer Methods and Programs in Biomedicine Update**, [s. l.], v. 5, p. 100145, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.cmpbup.2024.100145>. Acesso em: 9 jul. 2024.

LINTON, Jonathan D. Academic dishonesty primer: how to avoid it—advice for authors. **Technovation**, [s. l.], v. 1, n. 34, p. 1-2, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2013.11.002>. Acesso em: 9 mar. 2024.

POLLOCK, Timothy G.; BONO, Joyce E. Being Scheherazade: the importance of storytelling in academic writing. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 56, n. 3, p. 629-634, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amj.2013.4003>. Acesso em: 9 jul. 2024.

RAGINS, Belle Rose (ed.). Editor's comments: reflections on the craft of clear writing. **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 37, n. 4, p. 493-501, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amr.2012.0165>. Acesso em: 9 jul. 2024.

SILVER, Edward A. Some ideas on enhancing research productivity. **International Journal of Production Economics**, [s. l.], v. 118, n. 1, p. 352-360, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2008.08.037>. Acesso em: 9 jul. 2024.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AGUINIS, Herman; VANDENBERG, Robert J. An ounce of prevention is worth a pound of cure: Improving research quality before data collection. **Annual Review Organization Psychology Organizational Behavior**, [s. l.], v. 1, n. 1, p. 569-595, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091231>. Acesso em: 9 jul. 2024.

BEDEIAN, Arthur G. Peer review and the social construction of knowledge in the management discipline. **Academy of Management Learning & Education**, [s. l.], v. 3, n. 2, p. 198-216, 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amle.2004.13500489>. Acesso em: 9 jul. 2024.

CALIGIURI, Paula; THOMAS, David C. From the editors: How to write a high-quality review. **Journal of International Business Studies**, [s. l.], v. 44, p. 547-553, 2013. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1057/jibs.2013.24>. Acesso em: 9 jul. 2024.

COLQUITT, Jason A. Crafting references in AMJ submissions. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 56, n. 5, p. 1221-1224, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amj.2013.4005>. Acesso em: 9 jul 2024.

COLQUITT, Jason A.; ZAPATA-PHELAN, Cindy P. Trends in theory building and theory testing: a five-decade study of the Academy of Management Journal. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 50, n. 6, p. 1281-1303, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amj.2007.28165855>. Acesso em: 9 jul 2024.

CORLEY, Kevin G.; GIOIA, Dennis A. Building theory about theory building: what constitutes a theoretical contribution? **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 36, n. 1, p. 12-32, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amr.2009.0486>. Acesso em: 9 jul. 2024.

GEPHART JUNIOR, Robert P. Qualitative research and the Academy of Management Journal. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 47, n. 4, p. 454-462, 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amj.2004.14438580>. Acesso em: 9 jul. 2024.

KERR, Norbert L. HARKing: hypothesizing after the results are known. **Personality and Social Psychology Review**, [s. l.], v. 2, n. 3, p. 196-217, 1998. Disponível em: https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0203_4. Acesso em: 9 jul. 2024.

O'BOYLE JUNIOR, Ernest Hugh; BANKS, George Christopher; GONZALEZ-MULÉ, Erik. The chrysalis effect: how ugly initial results metamorphosize into beautiful articles. **Journal of Management**, [s. l.], v. 43, n. 2, p. 376-399, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0149206314527133>. Acesso em: 9 jul. 2024.

OKHUYSEN, Gerardo; BONARDI, Jean-Philippe. The challenges of building theory by combining lenses. **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 36, n. 1, p. 6-11, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amr.36.1.zok006>. Acesso em: 9 jul. 2024.

SHAH, Sonali K.; CORLEY, Kevin G. Building better theory by bridging the quantitative–qualitative divide. **Journal of Management Studies**, [s. l.], v. 43, n. 8, p. 1821-1835, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00662.x>. Acesso em: 9 jul. 2024.

SUTTON, Robert I.; STAW, Barry M. What theory is not. *Administrative science quarterly*, p. 371-384, 1995. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/2393788>. Acessado em 09/07/2024. **rever**

WHETTEN, David A. What constitutes a theoretical contribution? **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 14, n. 4, p. 490-495, 1989. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308371>. Acesso em: 9 jul. 2024.

WHETTEN, David A. What constitutes a theoretical contribution? **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 14, n. 4, p. 490-495, 1989. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308371>. Acesso em: 9 jul. 2024.

ZHANG, Yan; SHAW, Jason D. Publishing in AMJ—Part 5: Crafting the methods and results. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 55, n. 1, p. 8-12, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amj.2012.4001>. Acesso em: 9 jul. 2024.

ZHANG, Yan; SHAW, Jason D. Publishing in AMJ—Part 5: Crafting the methods and results. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 55, n. 1, p. 8-12, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amj.2012.4001>. Acesso em: 9 jul. 2024.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ☒ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Métodos de Pesquisa I**

Ano/Semestre: 2025/1

Carga horária total: 30h/a

Créditos: 02

EMENTA

A disciplina aborda aspectos metodológicos e questões basilares relacionadas à produção e à comunicação de conhecimentos científicos, tais como: elaboração de projetos de pesquisa; métodos e técnicas de coleta e de análise de dados e publicação de resultados de pesquisa.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Conhecimento científico, ciência e suas divisões; a concepção de método; métodos científicos e métodos específicos das ciências sociais aplicadas.

Estrutura de um projeto de pesquisa científica.

Fontes de teoria e literatura; técnicas para revisão da literatura.

Desenvolvimento de hipóteses, validação e verificação; mapas conceituais e relações causais.

Introdução aos principais métodos e técnicas de pesquisa (*survey*; experimento; pesquisa de arquivo; elaboração e validação de instrumentos de pesquisa; técnicas de coleta de dados; questionário; entrevista; estratégias de análise de dados).

OBJETIVOS

A disciplina destina-se a possibilitar a(os) alunos(as) (1) Compreender o conceito e desenvolvimento de pesquisa científica; (2) compreender as tipologias de pesquisa (3) compreender as diferentes metodologias assim como os diferentes tipos de coleta e análise de dados; (4) refletir sobre os diferentes tipos de unidade de análise e amostra.

METODOLOGIA

Exposições dialogadas, palestras, seminários, apresentação de pesquisas práticas, aulas expositivas.

AVALIAÇÃO

As avaliações considerarão o grau de conhecimento apresentado pelo participante, sua evolução através das atividades, também em termos de habilidades e/ou atitudes, e, a relevância das participações e consistência das contribuições apresentadas. Os alunos serão avaliados a partir de postagem de resenha crítica de leituras obrigatórias; apresentação de seminário e construção de projeto de pesquisa.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BURREL, K.; MORGAN, G. **Sociological paradigms and organizational analysis**. London: Heinemann, 2019.

COLLIS, H.; HUSSEY, R. **Pesquisa em Administração**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

CRESWELL, J. W. **Research Design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. Thousand Oaks: Sage Publication, 2017.

DILLMAN, D. A. **Mail and internet surveys: the tailored design method**. New Jersey: John Wiley & Sons, 2011.

EASTERBY-SMITH, M.; THORPE, R.; JACKSON, P. **Management research**. 4th ed. London: SAGE Publications, 2012.

GEORGE, Gerard *et al.* Big data and data science methods for management research. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 59, n. 5, p. 1493-1507, 2016.

KERLINGER, F. N.; LEE, H. B. **Foundations of behavioral research**. [S. l.]: Thomson Learning, 2000.

SMITH, Malcolm. **Research methods in accounting**. 2nd ed. London: SAGE Publications, 2022.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COOPER, D.; Schindler, P. **Métodos de pesquisa em administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

DAVIS, J. **The logic of causal order**. Thousand Oaks: Sage, 1985.

FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MORGAN, S.; WINSHIP, C. **Counterfactuals and causal inference: methods and principles for social research**. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2015.

VAN DE VEN, A. **Engaged scholarship**: a guide for organizational and social research. Oxford: Oxford University Press, 2007.