

**IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Inovação e Negócios Sustentáveis**

Semestre: 2023/2

Carga horária: 15      Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121601

Professor: Prof. Dr. Alsones Balestrin

**EMENTA**

Conceitos fundamentais da inovação; Gestão dos processos de inovação; Organizações inovadoras e processos de inovação; Sistemas de Ciência, Tecnologia e Inovação; Projetos de inovação tecnológica e seus impactos.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Data	Assuntos	Leitura Principal
01 (14/09) 9h – 12h	<p><b>Bases da Inovação</b></p> <p>Questão orientadora: <i>Como está o campo de estudos no tema de inovação?</i></p>	<p><b>Leitura básica:</b> SALTER, A.; ALEXY, O. The Nature of Innovation. In: DOGDGSON, M.; GANN, D. M.; PHILLIPS, N. The Oxford Handbook of Innovation Management. Oxford, OxfordUniversity Press. 2015. (Cap. 2)</p> <p>VOLKMER MARTINS, B. , FACCIN, K., MOTTA, G. DA S., BERNARDES, R., BALESTRIN, A. Evolução e tendências da agenda de pesquisa internacional em inovação. <i>RAE-Revista de Administração de Empresas</i>, v.59, n.4, p.293-307, 2019</p> <p>KAHN, K. Understanding innovation. <i>Business Horizons</i>, 2018.</p> <p><b>Leitura complementar:</b> OECD/Eurostat (2019), Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg.</p>

<p>02 (08/11)</p> <p>18h – 21h</p>	<p><b>Gestão da Inovação</b></p> <p>Questão orientadora: <i>Como implementar processos de gestão da inovação nas organizações?</i></p>	<p><b>Leitura básica:</b> BARCZAK, G.; KAHN, K. Identifying new product development best practice. <i>BusinessHorizons</i>, V. 55, 293—305, 2012.</p> <p>COOPER, R. Perspective: The Stage-Gates Idea-to-Launch Process — Update, What’s New, and NexGen Systems. <i>The Journal of product innovation management</i>. V. 25, p.213–232, 2008.</p> <p><b>Estudo de caso:</b> BUELL,R. W.; OTAZO, A. IDEO: Human-Centered Service Design. Harvard Business School Publishing. January, 2016</p>
<p>03 (09/11)</p> <p>9h – 12h</p>	<p><b>Inovação, Governança e Estratégia</b></p> <p>Questão Orientadora: <i>Qual o papel da governança corporativa e dos Boards na inovação</i></p>	<p><b>Leitura básica:</b> ASENSIO-LÓPEZ, D.; CABEZA-GARCÍA, L.; GONZÁLEZ-ÁLVAREZ, N. Corporate governance and innovation: a theoretical review, <i>European Journal of Management and Business Economics</i>, 28(3), 266-284, 2019.</p> <p>LINDA A. HILL ; GEORGE DAVIS. The Board’s New Innovation Imperative. November–December, <i>Harvard Business Review</i>, n.3, 2017.</p> <p><b>Estudo de caso:</b> JULIAN BIRKINSHAW; ENRIQUE DE DIEGO; MONIKA LESSL; HENNING TRILL. Bayer’s Innovation Agenda: Igniting innovation in a 100,000-person company. <i>LondonBusiness School</i>, Agosto, 2018.</p>
<p>04 (10/11)</p> <p>9h – 12h</p>	<p><b>Inovação aberta, colaborativa e emrede</b></p> <p>Como Inovar nos processos clássicos de inovação?</p>	<p><b>Leitura básica:</b> CHESBROUGH, Henry. The era of open innovation. <i>MIT Sloan Management Review</i>,v.44, n.3, p.33-41, 2003.</p> <p>MARTINS, B. V.; FACCIN, K.; ESPINDULA, E.; BALESTRIN, A. Understanding innovation ecosystems: a biomimetic approach. <i>Revue internationale d'intelligence économique</i>, v. 11, p. 11-29, 2019.</p> <p><b>Estudo de caso:</b> BUENO, B.; BALESTRIN, Alsones. Inovação Colaborativa: Uma Abordagem Aberta no Desenvolvimento de Novos Produtos. <i>RAE</i>, v. 52, p. 517-530, 2012.</p>
<p>05 (07/12)</p>	<p><b>StartUps, Digital e Inovação</b></p>	<p>BLANK, STEVE. Why the Lean Start-Up Changes Everything. <i>Harvard Business Review</i>, May, 2013.</p> <p>WIESBÖCK, F.; HESS, T. Digital innovations. <i>Electron Markets</i> 30, 75–86, 2020.</p>

9h – 12h	Como é o mindset Startup e Digital?	Alunos: Márcio, Jonas  <b>Estudo de caso:</b> SHEPHERD, D.; GRUBER, M. The Lean Startup Framework: Closing the Academic–Practitioner Divide. <i>Entrepreneurship Theory and Practice</i> 45, 5, 2020.
----------	-------------------------------------	--

## **METODOLOGIA**

A cada aula haverá textos relacionados ao tema. A leitura desses textos é obrigatória para todos os alunos, que serão convidados, no decorrer da aula, para apresentar suas apreciações críticas, articulando os diversos pontos de vista dos textos indicados.

A cada aula serão designados alunos para textos e cases. A apresentação deverá estimular o questionamento, o esclarecimento de dúvidas e o debate de ideias. A apresentação deverá ser planejada de forma a ocupar entre 20 e 30 minutos e apresentar a seguinte estrutura: a) Apresentar qual o problema da empresa, quais as soluções adotadas e a contribuição nos resultados; b) Apresentar qual a base teórica adotada; c) Complementar a sua apresentação com outras informações relacionadas ao caso/texto.

## **AVALIAÇÃO**

Participação em Aula, Apresentação e Discussão de Case: 50%

Avaliação Final: 50%

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

ASENSIO-LÓPEZ, D.; CABEZA-GARCÍA, L.; GONZÁLEZ-ÁLVAREZ, N. Corporate governance and innovation: a theoretical review. **European Journal of Management and Business Economics**, [s. l.], v. 28, n. 3, p. 266-284, 2019.

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

BOONS, F. A.; LÜDEKE-FREUND, F. Business models for sustainable innovation: state-of-the-art and steps towards a research agenda. **Journal of Cleaner Production**, [s. l.], v. 45, p. 9-19, 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.

HILL, Linda A.; Davis, GEORGE. The board's new innovation imperative. **Harvard Business Review**, [s. l.], n. 3, Nov./Dec. 2017.

MARTINS, B. V.; FACCIN, K.; ESPINDULA, E.; BALESTRIN, A. Understanding innovation ecosystems: a biomimetic approach. **Revue internationale d'intelligence économique**, [s. l.], v. 11, p. 11-29, 2019

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.

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.], v. 32, n. 1, p. 137-146, 2014.

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.

TEECE, D. J. Business models, business strategy and innovation. **Long Range Planning**, [s. l.], v. 43, p. 172-194, 2010.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

CHENG, Yo-Jud; GROYSBERG, Boris. Innovation should be a top priority for boards. So why isn't it? **Harvard Business Review**, [s. l.], Sept. 21, 2018.

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.

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.

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

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). **Oslo Manual 2018**: guidelines for collecting, reporting and using data on innovation. 4th ed. Paris: OECD Publishing; Luxembourg: Eurostat, 2019. (The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities).

**IDENTIFICAÇÃO****Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios**Nível:  Mestrado  DoutoradoDisciplina: **Movimentos de Mercado e Estratégias de Marketing**

Semestre: 2023/2

Carga horária: 15      Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121603

Professor: Prof. Dr. Gabriel Sperandio Milan

**EMENTA**

Compreensão sobre os movimentos de mercado e as respectivas estratégias de marketing em um contexto marcado por mudanças. Para tanto, parte-se de uma perspectiva mais ampla sobre as diferentes lógicas e práticas que permeiam e constituem a formação de um mercado. Em seguida, discute-se as possíveis respostas de marketing das organizações em termos de criação, entrega e comunicação de valor. A ênfase da atividade está na relação co-constitutiva entre as práticas de marketing (o fazer estratégico da área) e as práticas de mercado (o sistema de dinâmicas de desenvolvimento e legitimação de um dado mercado). Espera-se que os participantes desenvolvam competências não só para analisar criticamente a relação entre teoria e prática, mas também para inovar na oferta de produtos e serviços.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Aulas	Temas	Metodologia	Leituras
1 23/08	Introdução e Contextualização do Marketing	Aula expositivo-dialogada	-
2 25/08	A Organização de Marketing e Performance	Aula expositivo-dialogada	Obrigatórias KUMAR, V. Evolution of marketing as a discipline: what has happened and what to look out for. Journal of Marketing, v. 79, n. 1, p. 1-9, 2015. MOORMAN, C.; DAY, G. S. Organizing for marketing excellence. Journal of Marketing, v. 80, n. 6, p. 6-35, 2016. Complementares

			<p>FENG, H.; MORGAN, N. A.; REGO, L. L. Marketing department power and firm performance. <i>Journal of Marketing</i>, v. 79, n. 1, p. 1-9, 2015.</p> <p>MU, J.; BAO, Y.; SEKHON, T.; QI, J.; LOVE, E. Outside-in marketing capability and firm performance. <i>Industrial Marketing Management</i>, 75, 37-54, 2018.</p>
3 15/09	Customer Value Proposition	Aula expositivo- dialogada	<p>Obrigatórias</p> <p>FRAMBACH, R. T.; FISS, P. C.; INGENBLEEK, P. T. M. How important is customer orientation for firm performance? A fuzzy set analysis of orientations, strategies, and environments. <i>Journal of Business Research</i>, v. 69, p. 1.428-1.436, 2016.</p> <p>SHETH, J. N. Customer value propositions: value co-creation. <i>Industrial Marketing Management</i>, v. 87, n. 3, p. 1-4, 2019.</p> <p>Complementares</p> <p>PAYNE, A.; FROW, P.; EGGERT, A. The customer value proposition: evolution, development, and application in marketing. <i>Journal of the Academy of Marketing Science</i>, v. 45, p. 467-489, 2017.</p> <p>EGGERT, A.; ULAGA, W.; FROW, P.; PAYNE, A. Conceptualizing and communicating value in business markets: From value in exchange to value in use. <i>Industrial Marketing Management</i>, v. 69, p. 80-90, 2018.</p>

<p>4 18/10</p>	<p>Marketing Metrics – Interface Marketing e Finanças</p>	<p>Aula expositivo- dialogada</p>	<p>Obrigatórias</p> <p>EDELING, A.; SRINIVASAN, S.; HANSSSENS, D. M. The marketing-finance interface: a new integrative review of metrics, methods, and findings and an agenda for future research. <i>International Journal of Research in Marketing</i>, v. 38, n. 4, p. 857-876, 2021.</p> <p>RUST, R. T.; MOORMAN, C.; BHALLA, G. Rethinking marketing. <i>Harvard Business Review</i>, v. 88, n. 1/2, p. 94-101, 2010.</p> <p>Complementares</p> <p>DI BENEDETTO, C. A.; KIM, K. H. Customer equity and value management of global brands: bridging theory and practice from financial and marketing perspectives. Introduction to a <i>Journal of Business Research Special Section</i>. <i>Journal of Business Research</i>, v. 69, n. 9, p. 3.721-3.724, 2016.</p> <p>WIESEL, T.; SKIERA, B.; VILLANUEVA, J. Customer equity: an integral part of financial reporting. <i>Journal of Marketing</i>, v. 72, n. 2, p. 1-14, 2008.</p>
<p>5 20/10</p>	<p>Market System Dynamics (Formação de Mercados)</p>	<p>Seminário a ser conduzido pelos alunos</p>	<p>Material Bibliográfico Sugerido</p> <p>ASKEGAARD, S.; LINNET, J. T. Towards an epistemology of consumer culture theory: phenomenology and the context of context. <i>Marketing Theory</i>, v. 11, n. 4, p. 381–404, 2011.</p> <p>GIESLER, M.; FISCHER, E. Market system dynamics. <i>Marketing Theory</i>, v. 17, p. 1-6, 2017.</p> <p>HUMPHREYS, A. Megamarketing: the creation of markets as a social process. <i>Journal of Marketing</i>, v. 74,</p>

			<p>n. 2, p. 1-19, 2010.</p> <p>KJELLBERG, H.; HELGESSON, C. F. On the nature of markets and their practices. <i>Marketing Theory</i>, v. 7, n. 2, p. 137-62, 2007.</p> <p>MARTIN, D. M.; SCHOUTEN, J. W. Consumption-driven market emergency. <i>Journal of Consumer Research</i>, v. 40, n. 5, p. 855-870, 2013.</p>
--	--	--	---

### **METODOLOGIA**

Aula expositivo- dialogada

### **AVALIAÇÃO**

Seminário (Aula 5) – 70%

Participação nas aulas – 30%

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

ASKEGAARD, S.; LINNET, J. T. Towards an epistemology of consumer culture theory: phenomenology and the context of context. *Marketing Theory*, [s. l.], v. 11, n. 4, p. 381-404, 2011.

EDELING, A.; SRINIVASAN, S.; HANSSSENS, D. M. The marketing-finance interface: a new integrative review of metrics, methods, and findings and an agenda for future research. *International Journal of Research in Marketing*, [s. l.], v. 38, n. 4, p. 857-876, 2021.

FRAMBACH, R. T.; FISS, P. C.; INGENBLEEK, P. T. M. How important is customer orientation for firm performance? A fuzzy set analysis of orientations, strategies, and environments. *Journal of Business Research*, [s. l.], v. 69, p. 1428-1436, 2016.

GIESLER, M.; FISCHER, E. Market system dynamics. *Marketing Theory*, [s. l.], v. 17, p. 1-6, 2017.

HUMPHREYS, A. Megamarketing: the creation of markets as a social process. *Journal of Marketing*, [s. l.], v. 74, n. 2, p. 1-19, 2010.

KJELLBERG, H.; HELGESSON, C. F. On the nature of markets and their practices. *Marketing Theory*, [s. l.], v. 7, n. 2, p. 137-162, 2007.

KUMAR, V. Evolution of marketing as a discipline: what has happened and what to look out for. *Journal of Marketing*, [s. l.], v. 79, n. 1, p. 1-9, 2015.

MARTIN, D. M.; SCHOUTEN, J. W. Consumption-driven market emergency. **Journal of Consumer Research**, [s. l.], v. 40, n. 5, p. 855-870, 2013.

MOORMAN, C.; DAY, G. S. Organizing for marketing excellence. **Journal of Marketing**, [s. l.], v. 80, n. 6, p. 6-35, 2016.

RUST, R. T.; MOORMAN, C.; BHALLA, G. Rethinking marketing. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 88, n. 1/2, p. 94-101, 2010.

SHETH, J. N. Customer value propositions: value co-creation. **Industrial Marketing Management**, [s. l.], v. 87, n. 3, p. 1-4, 2019.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

DI BENEDETTO, C. A.; KIM, K. H. Customer equity and value management of global brands: bridging theory and practice from financial and marketing perspectives: introduction to a journal of business research special section. **Journal of Business Research**, [s. l.], v. 69, n. 9, p. 3721-3724, 2016.

EGGERT, A.; ULAGA, W.; FROW, P.; PAYNE, A. Conceptualizing and communicating value in business markets: From value in exchange to value in use. **Industrial Marketing Management**, [s. l.], v. 69, p. 80-90, 2018.

FENG, H.; MORGAN, N. A.; REGO, L. L. Marketing department power and firm performance. **Journal of Marketing**, [s. l.], v. 79, n. 1, p. 1-9, 2015.

MU, J.; BAO, Y.; SEKHON, T.; QI, J.; LOVE, E. Outside-in marketing capability and firm performance. **Industrial Marketing Management**, [s. l.], v. 75, p. 37-54, 2018.

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. 467-489, 2017.

WIESEL, T.; SKIERA, B.; VILLANUEVA, J. Customer equity: an integral part of financial reporting. **Journal of Marketing**, [s. l.], v. 72, n. 2, p. 1-14, 2008.

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Oficina de Elaboração de Artigos Tecnológicos**

Semestre: 2023/2

Carga horária: 15      Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121612

Professor: prof. Dr. Gabriel Sperandio Milan

## **EMENTA**

Técnicas, características e critérios relevantes para a produção de artigos profissionais ou tecnológicos e discute os diferentes focos de produções tecnológicas, distinguindo entre o Foco na inovação -desenvolvimento de novas soluções para novos problemas; o Foco na melhoria - desenvolvimento de novas soluções para problemas conhecidos; e o foco na extrapolação - apresentação de soluções conhecidas para novos problemas.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

<b>Datas</b>	<b>Conteúdos ou Atividades Previstas</b>
17/08 (quinta-feira)  Aula Presencial	Apresentação de alunos e professor. Plano de Ensino. Introdução: contextualização sobre a produção de artigos profissionais ou tecnológicos. Apresentação de exemplos e discussão acerca dos diferentes focos de produções tecnológicas.
14/09 (quinta-feira)	Técnicas, características e critérios relevantes. Apresentação do tema, do contexto e dos objetivos do estudo e estruturação inicial para o artigo tecnológico a ser desenvolvido pelos grupos de trabalho.
15/09 (sexta-feira)	Técnicas, características e critérios relevantes (continuação). Atualização e dúvidas a respeito do desenvolvimento do artigo tecnológico.
09/11 (quinta-feira)	Atualização e dúvidas a respeito do desenvolvimento do artigo tecnológico.
10/11 (sexta-feira)	Apresentação do artigo tecnológico e socialização dos resultados e da experiência inerente ao processo de desenvolvimento do artigo tecnológico.

Obs.: Exceto em 17/08, as aulas serão remotas, via Microsoft TEAMS.

## **METODOLOGIA**

- Aulas expositivo-dialogadas, oportunizando a contextualização das temáticas abordadas;
- Leituras de textos complementares (exemplos e aprofundamento das características e estruturação de artigos tecnológicos);
- Trabalho em grupo (estruturação de um artigo tecnológico).

## **AVALIAÇÃO**

A avaliação da disciplina será realizada com base na estruturação e apresentação de um artigo tecnológico (desenvolvido em grupo).

## **BIBLIOGRAFIA**

AMBROSINI, V.; BOWMAN, C.; COLLIER, N. Using teaching case studies for management research. **Strategic Organization**, [s. l.], v. 8, n. 3, p. 206-229, 2010.

BARTUNEK, J. M. You're an organization development practitioner-scholar: can you contribute to organizational theory? **Organization Management Journal**, [s. l.], v. 5, n. 1, p. 6-16, 2008.

EISENBERG, A. A. **Beginners guide to technical communication**. Boston: McGraw-Hill, 1998.

GREGOR, S.; HEVNER, A. R. Positioning and presenting design science research for maximum impact. **MIS Quarterly**, [s. l.], v. 37, n. 2, p. 337-356, 2013.

MOTTA, G. S. Como escrever um bom artigo tecnológico? **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, [s. l.], v. 21, n. 5, p. 4-8, 2017.

MOTTA, G. S. Editorial: tecnologia sem ciência? **TAC - Tecnologias de Administração e Contabilidade**, [s. l.], v. 6, n. 1, p. 1-2, 2016.

VAN AKEN, J. E. Management research based on the paradigm of the design sciences: the quest for field-tested and grounded technological rules. **Journal of Management Studies**, [s. l.], v. 41, n. 2, p. 219-246, 2004.

VAN AKEN, J. E. Management research as a design science: articulating the research products of mode 2 knowledge production in management. **British Journal of Management**, [s. l.], v. 16, n. 1, p. 19- 36, 2005.

VAN AKEN, J. E.; BERENDS, H.; BIJ, H. **Problem solving in organizations: a methodological handbook for business and management students**. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2012.

**IDENTIFICAÇÃO****Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios**Nível:  Mestrado  DoutoradoDisciplina: **Oficina de Elaboração de Estudos de Casos**

Semestre: 2023/2

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121637

Professor: Prof. Dr. José Carlos da Silva Freitas Jr

Prof. Dr. Marcelo Machado

**EMENTA**

Estrutura e o processo de redação de relatos de situações da vida organizacional, construídos com propósitos educacionais específicos. Discussão do uso de casos de ensino para aprendizagem e compartilhamento de experiências, tipologias de casos de ensino, a estrutura de apresentação de casos de ensino, retórica, a forma de exposição teórica do assunto relativo ao caso e as dinâmicas de discussão do caso de ensino.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- O que é um Caso de Ensino e como identificar dilemas
- Elementos Chave para excelência na escrita de Casos de Ensino
- A Redação do Caso de Ensino e a importância dos dados de suporte

Encon.	Horários	Tema	Observações
01 (remoto)	23/8, 14h a 17h	O que é um caso para ensino?	Leitura prévia Moodle
02 (Remoto)	13/09 14h a 17h	Estrutura de um Caso de Ensino e Conversa com Mentores	Preparar a atividade de catalogação dos casos
03 (Presencial)	18/10, 14h a 17h	Aula Presencial – Atividades e Feedbacks	Atentar para as atividades do moodle
04 (Presencial)	08/11 14h a 17h	Parecer ( feedback aos colegas) e Notas de Ensino	
05 (remoto)	06/12 14h a 17h	Apresentação do Caso e Nota de Ensino (PPT)	Avaliação Final da Disciplina

**OBJETIVOS**

- Reconhecer Casos de Ensino como alternativas pedagógicas para diferentes capacitações em sala de aula ou em organizações.

- Reconhecer como potenciais dilemas da vida de praticante podem ser utilizados para construção de casos de ensino.
- Escrever um caso de ensino para publicação.
- Catalogar casos de ensino para a base de dados da EGN.

## **METODOLOGIA**

A oficina prevê que em toda aula aconteça uma discussão sobre tópicos e ferramentas relevantes para a construção de um caso de ensino. Além da discussão, um processo de mentorias individuais e coletivas prevê melhorias contínuas no processo de escrita do caso a cada encontro. A metodologia baseia-se no princípio da ação-reflexão-ação.

## **AVALIAÇÃO**

Nesta oficina a avaliação é concebida como um processo, em que a evolução e o aprendizado auferido em cada aula são levados em conta. 50% do processo avaliativo é relativo à participação das aulas e ao atendimento das tarefas processuais da disciplina enquanto os outros 50% são auferidos pelo produto final (caso de ensino).

## **BIBLIOGRAFIA**

ANDERSEN, E.; SCHIANO, B. **Teaching with cases: a practical guide**. Boston: Harvard Business Review Press, 2014.

ALBERTON, A.; SILVA, A. da. Como escrever um bom caso para ensino? Reflexões sobre o método. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 5, p. 745-761, set./out. 2018. Disponível em: [www.rac.anpad.org.br](http://www.rac.anpad.org.br). Acesso em: 12 julho 2023.

AUSTIN, J.; HESKETT, J.; BARTLETT, C. **Key elements for excellence in classroom cases and teaching notes**. [S. l.]: Harvard Business School, 2015.

BRINDGAMAN, T.; CUMMIGS, S.; McLAUGHLIN, C. Re-stating the case: how revisiting the development of the case method can help us think differently about the future of the business school. **Academy Of Management Learning & Education**, [s. l.], v. 15, n. 4, p. 4724-4741, Dec. 1, 2016.

GILL, T. G. **Informing with the case method: guidelines for case method research, writing and facilitation**. Santa Rosa, [S. l.]: Informing Science Press, 2011.

KENNEDY SCHOOL OF GOVERNMENT. **Learning by case method**. [S. l.]: Case Program, 1986. Disponível em: [https://case.hks.harvard.edu/content/1136\\_0.pdf](https://case.hks.harvard.edu/content/1136_0.pdf). Acesso em: 31 julho 2023.

KESTER, G. W. Reflections on thirty years of using the case method to teach finance. **Advances in Financial Education**, [s. l.], v. 9, p. 62-80, 2011.

PITT, N.; CRITTENDEN, V.; PLANGGER, K.; HALVORSON, W. Case teaching in the age of technological sophistication. **Journal of the Academy of Business Education**, [s. l.], v. 13, p. 77-94, 2012.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. Casos de ensino em administração: notas sobre a construção de casos para ensino. **RAC**, [s. l.], v. 11, n. 2, p. 213-234, abr./jun. 2007.

TREJO-PECH, C.; WHITE, S. The use of case studies in undergraduate business administration. **RAE: revista de administração de empresas**, [s. l.], v. 57, n. 4, p. 342-356, jul./ago. 2017.

**IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Oficina para Prática de Coaching nas Organizações**

Semestre: 2023/2

Carga horária: 15      Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121610

Professor: Profa. Dra. Patrícia Martins Fagundes Cabral

**EMENTA**

Instrumentalização para a condução de processos de coaching e mentoring, desenvolvendo no discente competências básicas para o papel de líder coach/mentor de pessoas (pares e liderados) e de equipes nas organizações, a partir de pressupostos éticos e diretrizes técnicas. Ciclo de Aprendizagem Vivencial (vivência, reflexão, conceituação e contextualização) em processo de coaching e mentoring.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

AULA	CONTEUDO	METODOLOGIA e RECURSOS	REFERENCIAS
01 16/08, QUARTA, das 18h às 21h, (PRESENCIAL)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apresentações e acordos para a Oficina</li> <li>- Diferenças básicas entre os processos de coaching e de mentoring</li> <li>- Pilares técnicos e éticos da abordagem do coaching nas organizações</li> <li>- O coaching em ambiente remoto: possibilidades e limitações</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aula expositiva-dialogada, com apoio de material prático para análise</li> <li>- Material de apoio no Moodle</li> </ul>	<p><u>Leitura prévia:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- IRVING, Judy. How have workplace coaches experienced coaching during the Covid-19 pandemic?. International Journal of Evidence Based Coaching &amp; Mentoring, v. 15, 2021.</li> </ul> <p><u>Leitura Complementar:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- HUI, Ray Tak-yin; LAW, Kuok Kei; LAU, Sara Choi-Ping. Online or offline? Coaching media as mediator of the relationship between coaching style and employee work-related outcomes. Australian Journal of Management, v.</li> </ul>

			<p>46, n. 2, p. 326-345, 2021.</p> <p>- BELL, Chip R.. Mentor e Aprendiz. São Paulo: Mbooks, 2005.</p> <p>As demais leituras já trabalhadas na AA :</p> <p>Mentoring e Coaching como Estratégia de Transformação de Líderes e Organizações</p>
<p>02 13/09, QUARTA, das 14h às 17h (REMOTO)</p>	<p>- Pressupostos da Mentoria</p> <p>- Possibilidades práticas da mentoria nas organizações</p> <p>- Etapas de um processo de mentoria</p>	<p>- Webconferência (Teams)</p> <p>- Material de apoio no Moodle</p>	<p><u>Leitura prévia:</u> HUNT, David Marshall; MICHAEL, Carol. Mentorship: A career training and development tool. Academy of management Review, v. 8, n. 3, p. 475-485, 1983.</p> <p><u>Leitura Complementar:</u> Kuo-Yang Kao, Altovise Rogerb, Christiane Spitzmueller, Mi-Ting Lin Chun-Hung Lin. Who should serve as my mentor? The effects of mentor's gender and supervisory status on resilience in mentoring relationships. Journal of Vocational Behavior 85 (2014) 191-203.</p>
<p>03 19/10, QUINTA, das 09h às 12h, (PRESENCIAL)</p>	<p>- Seminário de apresentação e discussão dos casos práticos: os processos de coaching e mentoring conduzidos pelos alunos</p>		
<p>04 09/11, QUINTA, das 09h às 12h (REMOTO)</p>	<p>- Vivências como coach e como mentor</p> <p>- Supervisão da prática: o Ciclo da Aprendizagem Vivencial</p>	<p>- Espaços de prática de processos de coaching e mentoring</p> <p>- Acompanhamento individual, a ser agendado com cada doutorando</p>	

<p>05 07/12, QUINTA, das 09h às 12h (REMOTO)</p>	<p>- Apresentação dos resultados dos processos de coaching e mentoring conduzidos pelos doutorandos</p> <p>- Integração e síntese das aprendizagens vivenciadas</p>	<p>- Seminário conduzidos pelos doutorandos</p>	<p>Todas as indicadas na disciplina.</p>
--	---	---	--

### **METODOLOGIA**

Encontros sustentados nos princípios do Ciclo da Aprendizagem Vivencial, integrando a vivência da ação, da reflexão, da compreensão conceitual e da intervenção transformadora. Esta atividade acadêmica tem caráter sistêmico e interdisciplinar, em ambientes de presencialidade síncrona, seja física ou virtual. A leitura prévia dos textos indicados é condição para o aproveitamento dos encontros. O protagonismo do aluno na participação/construção das experiências vivenciadas, as trocas nos seminários de aula, bem como os espaços de supervisão individual são a base para o processo de aprendizagem.

Em síntese, as atividades e entregas previstas para a oficina são:

1. Condução de um processo de coaching, com líder/coachee
2. Realização de no mínimo 4 e no máximo 6 encontros com o coachee
3. Participação nas aulas e em uma supervisão individual
4. Elaboração de relatórios dos encontros com o coachee
5. Entrega e apresentação do relatório final sobre a vivência do processo

### **AVALIAÇÃO**

Em princípio, estima-se:

- a) Participação nas aulas e nas supervisões individuais: 4,0;
- b) Condução dos processos e entrega dos relatórios: 6,0

### **BIBLIOGRAFIA**

BELL, Chip R. **Mentor e aprendiz**. São Paulo: Mbooks, 2005.

GOLDSMITH, Marshall; LYONS, Laurence; McARTHUR, Sarah (org.). **Coaching: o exercício da Liderança**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

HUI, Ray Tak-yin; LAW, Kuok Kei; LAU, Sara Choi-Ping. Online or offline? Coaching media as mediator of the relationship between coaching style and employee work-related outcomes. **Australian Journal of Management**, [s. l.], v. 46, n. 2, p. 326-345, 2021.

IRVING, Judy. How have workplace coaches experienced coaching during the Covid-19 pandemic?. **International Journal of Evidence Based Coaching & Mentoring**, [s. l.], v. 15, 2021.

JYOTI, Jeevan; SHARMA, Poonam. Exploring the role of mentoring structure and culture between mentoring functions and job satisfaction: a study of indian call centre employees, **Vision**, [s. l.], v. 19, n. 4, p. 336-348, 2015. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0972262915610889>. Acesso em: 02 abril 2023.

JYOTI, Jeevan; SHARMA, Poonam. Empirical investigation of a moderating and mediating variable in between mentoring and job performance: a structural model. **Journal of Work and Organizational Psychology**, [s. l.], v. 33, p. 55-67, 2017. Disponível em: <https://awspntest.apa.org/record/2017-47883-007>. Acesso em: 14 março 2023.

KAO, Kuo-Yang; ROGERB, Altovise; SPITZMUELLER, Christiane; LIN, Mi-Ting; LIN, Chun-Hung. Who should serve as my mentor? The effects of mentor's gender and supervisory status on resilience in mentoring relationships. **Journal of Vocational Behavior**, [s. l.], v. 85, p. 191-203, 2014.

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Projeto de Inserção Internacional**

Semestre: 2023/2

Carga horária: 60h    Créditos: 04

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121611

Professor: Prof. Dr. Gabriel Sperandio Milan, Prof. Dr. Ivan Lapuente Garrido, Prof. Dr. José Carlos da Silva Freitas Junior, Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca e Profa. Dra. Patricia Martins Fagundes Cabral

## **EMENTA**

Inserção do doutorando em um contexto internacional, a fim de proporcionar o aprofundamento da pesquisa relativa a seu projeto de tese. Realização de um período de estudos, acompanhado por professor vinculado a uma Universidade na região de destino, que contemple atividades acadêmicas, de vivência e prática.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

De acordo com a proposta elaborada pelo(a) aluno(a) e seu(sua) professor(a) orientador(a).

## **METODOLOGIA**

Elaboração de um plano de atividades que possibilite a experiência da relação entre teoria e prática no contexto internacional, tais como visitas a empresas, participação em workshops, seminários, congressos acadêmicos ou empresariais ou mesmo atividades acadêmicas em universidades, relacionadas ao projeto de tese em desenvolvimento.

## **AVALIAÇÃO**

Entrega do Relatório do Projeto de Inserção Internacional, que será avaliado pela Comissão de Avaliação do PPGN.

## **BIBLIOGRAFIA**

Definida de acordo com a natureza do projeto realizado por cada aluno(a).

**IDENTIFICAÇÃO****Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios**Nível:  Mestrado  DoutoradoDisciplina: **Projeto de Intervenção em Organizações II**

Semestre: 2023/2

Carga horária: 15      Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121606

Professor: Prof. Dr. Gabriel Sperandio Milan

**EMENTA**

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

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

#	Data	Conteúdo
1	24/08/2023	Apresentação da disciplina e orientações gerais
2	12/09/2023	Reunião com a Instituição para a devida contextualização e compreensão do problema a ser “solucionado”
3	19/10/2023 (aula presencial)	Apresentação do Projeto e refinamentos.
4	20/10/2023 (visita à Instituição – Hospital São Camilo – Esteio/RS)	Verificação de aspectos pertinentes ao Projeto e possibilidade de coletar outras evidências e dirimir dúvidas.
5	07/12/2023	Apresentação do Projeto à Instituição - Hospital São Camilo – Esteio/RS

**METODOLOGIA**

Discussão sobre o caso em estudo (histórico, evolução, oportunidade de melhoria e identificação da situação “problema), com uma abordagem analítico-prescritiva, de caráter intervencionista, operacionalizada por meio do desenvolvimento e apresentação de um projeto aplicado.

### **AVALIAÇÃO**

Discussões em grupo, contextualização e elaboração do Projeto Aplicado	7,0 pontos
Apresentação do Projeto Aplicado à Instituição (caso em estudo)	3,0 pontos

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

KERZNER, H. **Gestão de projetos**: as melhores práticas. Porto Alegre: Bookman, 2020.

KOTLER, P.; KELLER, K. L.; CHERNEV, A. **Marketing management**. 16th ed. New York: Pearson, 2022.

KOZLENKOVA, I. V.; SAMAHA, S. A.; PALMATIER, R. W. Resource-based theory in marketing. **Journal of the Academy Marketing Science**, [s. l.], v. 42, n. 1, p. 1-21, 2014.

PORTER, M. E. **Competitive advantage**: creating and sustaining superior performance. New York: Free Press, 1998.

WEISS, E. N.; GOLDBERG, R. Robust services: people or processes? **Harvard Business Publishing**, p. 1-7, 2018.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BARNEY, J. B. The emergence of resource-based theory: a personal journey. **Journal of Management**, [s. l.], v. 9, p. 71-78, 2021.

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Service management**: operations, strategy, information technology. 10th ed. New York: McGraw-Hill, 2022.

GRÖNROOS, C. **Service management and marketing**: managing the service profit logic. 4th ed. Chichester: Wiley, 2016.

MAITI, M.; KRAKOVICK V.; RIAD SHAMS, S. M.; VUKOVIC, D. B. Resource-based model for small innovative enterprises. **Management Decision**, [s. l.], v. 58, n. 8, p. 1525-1541, 2020.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J.; GREMLER, D. D.; MENDE, M. **Services marketing**: integrating customer focus across the firm. 8th ed. New York: McGraw-Hill, 2023.

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

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

Semestre: 2023/2

Carga horária: 15      Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121608

Professor: Prof. Dr. Luís Felipe Maldaner

## **EMENTA**

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

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

ENCONTRO 1 (dia 16/08/2023) – PRESENCIAL NA UNITEC – TECNOSINOS –  
SÃO LEOPOLDO

- a) Apresentar o projeto de intervenção na Unitec aos doutorandos, detalhando a sistemática das atividades;
- b) Abertura do Silvio Bitencourt sobre o Tecnosinos.
- c) Apresentação das 2 Startups selecionadas (15 a 20 minutos para cada uma).
- e) Estabelecer como se dará a interação, que será por dupla de alunos para 1 startup. As reuniões entre os doutorandos e as startups poderão ocorrer por iniciativa das partes, em dia e horário de melhor conveniência para ambos.
- f) Definir em conjunto com os alunos quais as linhas gerais de diagnóstico, (limites), alinhados a interação universidade-empresa. Identificar oportunidades em que a universidade pode auxiliar a empresa, especialmente na difusão e aplicação do conhecimento.

ENCONTRO 2 (dia 13/09/2023) – ON LINE – REMOTO SÍNCRONO

Apresentação de um convidado externo.

Na segunda parte, relato dos alunos em relação ao andamento da interação com cada startup.

**ENCONTRO 3 (dia 18/10/2023) – PRESENCIAL NA UNISINOS – PORTO ALEGRE**

Apresentação de Convidado que falará sobre a experiência de uma Aceleradora de Startups.

**ENCONTRO 4 (dia 08/11/2023) – ON LINE – SÍNCRONO REMOTO**

Primeira parte terá a apresentação de uma convidada que falará da experiência das atividades de uma startup, com o objetivo de fornecer subsídios à interação com as startups estudadas.

Segunda parte para acompanhamento do projeto, esclarecimento de dúvidas, ou mesmo indicações e/ou sugestões de possibilidades na interação com as Startups

**ENCONTRO 5 (dia 06/12/2023) – ON LINE – SÍNCRONO REMOTO**

Apresentação final do relatório das atividades desenvolvidas com as startups durante o semestre.

Encontro de encerramento com avaliação da atividade.

## **METODOLOGIA**

Capacitar os alunos sobre o tema da tecnologia e seus ambientes, mais especificamente, sobre o surgimento das startups, e a forma como essas empresas nascentes atuam no mercado. Este projeto de intervenção para a turma de Doutorado Profissional 2022, tem por objetivo geral levar os doutorandos a uma interação com um ambiente de inovação, mais especificamente, com uma Incubadora. Trata-se, então, da Incubadora UNITEC, que integra o Tecnosinos, Parque Tecnológico de São Leopoldo, situado junto ao campus da Unisinos São Leopoldo.

Além disso, pretende-se que os doutorandos passem a utilizar na prática, os aprendizados que tiveram na disciplina de “Mentoria e Coaching”. Assim, pretende-se que os doutorandos mantenham contato com startups da Incubadora Unitec, selecionadas a partir de áreas de atuação e expertise de cada um dos doutorandos. Diferentemente dos negócios na forma tradicional, as startups trabalham com outra lógica e procuram formas de crescimento exponencial através do desenvolvimento de novos produtos e/ou serviços de base tecnológica.

O desafio dessas empresas é a fase “go to market” de forma a participar do ambiente competitivo com capacidade e aptidão tecnológica para ter possibilidade de obter a vantagem competitiva. Assim, pretende-se que os doutorandos pratiquem a mentoria com startups da Incubadora Unitec, selecionadas a partir de áreas de atuação e expertise de cada um dos doutorandos, procurando auxiliá-las a terem sucesso na sua atuação no mercado.

## AVALIAÇÃO

- Participação nas discussões a partir dos conteúdos e relatos apresentados e discutidos com os colegas.
- Ao final da disciplina os alunos deverão apresentar o resultando da sua atividade de interação com a Startup selecionada, no último encontro. Além dessa apresentação será solicitado à cada dupla um artigo que descreva as atividades desenvolvidas e os resultados alcançados. O trabalho deverá ter o formato de um artigo tecnológico

(ver: <https://www.scielo.br/j/rac/a/9fWvtsnTR6nNGNtn4MM7Z3h/?lang=pt> ).

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ANKRAH, Samuel; AL-TABBAA, Omar. Universities: industry collaboration: a systematic review. **Scandinavian Journal of Management**, [s. l.], v. 31, n. 3, p. 387-408, Sept. 2015.

GODÓI-DE-SOUSA, edileusa; LOPES, José Eduardo Ferreira. Empreendedorismo tecnológico e startups uma análise de cenários no contexto de universidades brasileiras. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS (EGEPE), 9., 2016, Passo Fundo. **Anais eletrônicos [...]**. [S. l.]: ANEGEPE, 2016. p. 1-17. Disponível em: <https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/154.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2022.

PUFFAL, Daniel Pedro; RUFFONI, Janaína; SCHAEFFER, Paola Rucker. Características da interação universidade empresa no Brasil: motivações e resultados sob a ótica dos envolvidos. **Gestão Contemporânea**, Porto Alegre, 2012. Edição especial.

## BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GALLOWAY, Scott. **Os Quatro**: Apple, Amazon, Facebook e Google: o segredo dos gigantes da tecnologia. São Paulo: Editora HSM, 2018.

PARKER, Geoffrey G.; VAN ALSTYNE, Marshall W.; CHOUDARY, Sangeet Paul. **Plataforma**: a revolução da estratégia. Rio de Janeiro: Alta Books Editora, 2018.

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

SAMPAIO, Rafael. **A vantagem digital**: um guia prático para a transformação digital. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2018.

STREIBICH, Karl-Heinz. **The digital enterprise**: the moves and motives of the digital leaders. Germany: Software AG, 2014.

ZENG, Ming. **Alibaba**: estratégia de sucesso. São Paulo: M.Books do Brasil, 2019.

**IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Temas Emergentes em Gestão de Pessoas**

Semestre: 2023/2

Carga horária: 15      Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121600

Professor: Profa. Dra. Patrícia Martins Fagundes Cabral

**EMENTA**

Temas emergentes na área de Gestão de Pessoas, suscitando a discussão sobre suas repercussões na prática organizacional, bem como os desafios gerenciais mobilizados. Neste sentido, os conteúdos versam, por exemplo, sobre: tendências em Gestão Estratégica de Pessoas; o conceito de Trabalho Digno nas relações de trabalho contemporâneo; a necessária apropriação, pela área de Recursos Humanos, de tecnologias como digitais (Big Data, Business Analytics, Business Intelligence), que impactam nos processos organizacionais, sobretudo em tomadas de decisão.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

AULA	CONTEUDO	METODOLOGIA e RECURSOS	REFERENCIAS
01 (25/08, SEXTA) Das 14h às 17h REMOTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contextualização da Gestão de Pessoas na pesquisa e na prática</li> <li>- Formação das duplas para atividade a ser iniciada na próxima aula.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Webconferência (Teams)</li> <li>- Material de apoio no Moodle</li> </ul>	<p><u>Leitura Básica:</u> PIWOWAR-SULEJ, Katarzyna et al. Research trends in human resource management. A text-mining-based literature review. International Journal of Manpower, v. 44, n. 1, p. 176-196, 2022.</p> <p><u>Leitura Complementar:</u> DEMO, Gisela; FOGAÇA, Natasha; COSTA, Ana Carolina. Políticas e práticas de gestão de pessoas nas organizações: cenário da produção nacional de primeira linha e agenda de pesquisa. Cad. EBAPE.BR, v. 16, nº 2, Rio de Janeiro, Abr./Jun. 2018, p. 250 – 263. DOI: <a href="http://dx.doi.org/10.1590/1679-395159073">http://dx.doi.org/10.1590/1679-395159073</a></p> <p>E. M. P. G. Bianchi, A. Quishida, P. G. Foroni . Atuação do Líder na Gestão Estratégica de Pessoas: Reflexões,</p>

			<p>Lacunas e Oportunidades. RAC, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, art. 3, pp. 41-61, Jan./ Fev. 2017.  <a href="http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac2017150280">http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac2017150280</a>. DOI: 10.1590/S1679-45082014AO2888</p> <p>Héctor L. Bermúdez. Perspectivas contemporáneas de la administración estratégica de recursos humanos. Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / Vol. 30 N° 52 / julio - diciembre de 2014. ISSN impreso N° 0120- 4645 - ISSN electrónico N° 2256-5078</p>
<p>02 (13/09, QUARTA) Das 09h às 12h REMOTO</p>	<p>- Gestão Estratégica de Pessoas e a Sustentabilidade Organizacional</p> <p>- Apresentação de Situações Problemas em Gestão de Pessoas</p>	<p>- Seminário para discussão dos textos</p> <p>- Atividades em grupo</p> <p>- Material de apoio no Moodle</p>	<p><u>Leitura prévia:</u>          SOCIETY FOR HUMAN RESOURCE MANAGEMENT (SHRM). The SHRM Body of Competency and Knowledge. Alexandria (Virginia): SHRM, 2018. E-book. Disponível em: <a href="https://www.shrm.org/certification/Documents/SHRM-BoCK-FINAL.pdf">https://www.shrm.org/certification/Documents/SHRM-BoCK-FINAL.pdf</a>. (LER ATÉ A Pg. 09)</p> <p>MASCARENHAS, André Ofenhejm; BARBOSA, Allan Claudius Queiroz. Gestão de Recursos Humanos Sustentável e Responsabilidade Socioambiental: uma agenda para debates. ERA, São Paulo, V. 59, n. 5, set-out, 2019. P. 353-364</p> <p>ICHSAN, Reza Nurul et al. Investigation Of Strategic Human Resource Management Practices In Business After Covid-19 Disruption. PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology, v. 17, n. 7, p. 13098-13110, 2020.</p> <p><u>Leitura Complementar:</u>          AHAMMAD, Mohammad F.; GLAISTER, Keith W.; GOMES, Emanuel. Strategic agility and human resource management. Human Resource Management Review, v. 30, n. 1, p. 100700, 2020.</p> <p>OLIVEIRA, Heloíza H.; Honório, Luiz C. Práticas de Recursos Humanos e</p>

			<p>Comprometimento Organizacional: associando os construtos em uma organização pública. RAM. Revista de Administração Mackenzie, v. 21, n. 4, 2020.</p> <p>DUARTE, Ana Patrícia et al..More socially responsible, more ethical, more attractive as a future employer? Contributes of corporate social performance and ethical reputation for the attraction of future employees. Revista PSICOLOGIA, 2017, Vol. 31 (2), 192-197.</p>
<p>03 (19/10, QUINTA) Das 14h às 17h <b>PRESENCIA</b> <b>L</b> <b>sala 302</b></p>	<p>- Engajamento e Trabalho Digno</p> <p>-Tempo para trabalhar nas soluções das situações problemas em Gestão de Pessoas</p>	<p>- Seminário</p> <p>- Material de apoio no Moodle</p> <p>-Atividade em pequeno grupo</p>	<p><u>Leitura prévia:</u> RUZUNGUNDE, Vongai; CHINYAMURINDI, Willie T.; MARANGE, Chioneso S. Determinants of mental health: Role of organisational climate and decent work amongst employees. SA Journal of Human Resource Management, v. 21, p.11, 2023.</p> <p>FERRARO, Tania; PAIS, Leonor; SANTOS, Nuno Rebelo dos. Decent work: An aim for all made by all. 2015.</p> <p>TOMAZZONI, G. C., COSTA, V. M. F., ANTONELLO, C. S., RÓDRIGUES, M. B.. Os Vínculos Organizacionais na Percepção de Gestores: Comprometimento, Entrincheiramento e Consentimento. Revista de Administração Contemporânea - RAC, v. 24, n. 3, art. 4, pp. 245-258, 2020   doi.org/10.1590/1982-7849rac2020190119.</p> <p><u>Leitura Complementar:</u> FERRARO, Tânia et al. Marcos históricos do trabalho decente. European Journal of Applied Business and Management , v. 2, n. 1, 2016.</p> <p>BOTTCHER, Eliane; MONTEIRO, Janine Kieling. Engajamento no trabalho em gestores: influência de recursos pessoais e do trabalho. Rev. Psicol., Organ. Trab., Brasília , v. 21, n. 1, p. 53-62, mar. 2021 . <a href="http://dx.doi.org/10.5935/rpot/2021.1.19678">http://dx.doi.org/10.5935/rpot/2021.1.19678</a>.</p>

			MARION, Tucker J.; FIXSON, Sebastian K.; BROWN, Greg. Four Skills Tomorrow's Innovation Workforce Will Need. MIT Sloan Management Review, v. 61, n. 2, p. 1-7, 2020.
04 (09/11, QUINTA) Das 14h às 17h <b>PRESENCIA</b> <b>L</b> <b>sala 302</b>	- Apresentações das Soluções em Gestão de Pessoas	- Seminário de-apresentação das Propostas para Gestão de Pessoas Participação de Visitante	- As leituras serão indicadas, oportunamente, pelos grupos.
05 (06/12, QUARTA) Das 18h às 21h, <b>REMOTO</b>	- Síntese integradora da disciplina	- Apresentação dos artigos (iniciados em 2023/1)  - Entrega do Relatório Gerencial	- Todas as indicadas na disciplina.

## **METODOLOGIA**

Encontros sustentados numa aprendizagem teórica-vivencial, de caráter sistêmico e interdisciplinar, em ambiente presencial 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 dos temas em questão, nos distintos espaços de aprendizagem. O protagonismo do aluno na participação/construção das aulas (presenciais ou remotas) e nos trabalhos práticos é a base para o processo de aprendizagem individual e coletivo.

## **AVALIAÇÃO**

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

Dupla = 7,0 (sendo 2,5 na etapa “problema” e 4,5 na etapa “solução”); Mapa de aprendizagem = 2,0;  
Participação individual = 1,0

## BIBLIOGRAFIA

BERMÚDEZ, Héctor L. Perspectivas contemporáneas de la administración estratégica de recursos humanos. **Cuadernos de Administración**, Cali, v. 30, n. 52, jul./dic. 2014.

BIANCHI, E. M. P. G.; QUISHIDA, A.; FORONI, P. G. Atuação do líder na gestão estratégica de pessoas: reflexões, lacunas e oportunidades. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, art. 3, p. 41-61, jan./fev. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac2017150280>. DOI: 10.1590/S1679-45082014AO2888. Acesso em: 03 maio 2023.

CARVALHO NETO, A.; AMORIM, W. A. C. de; FISCHER, A. L. Top Human resources managers views on trade union action in brazilian corporations. **BAR**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 4, art. 2, e160066, oct./dec. 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1807-7692bar2016160066>. Acesso em: 14 junho 2022.

DEMO, Gisela; FOGAÇA, Natasha; COSTA, Ana Carolina. Políticas e práticas de gestão de pessoas nas organizações: cenário da produção nacional de primeira linha e agenda de pesquisa. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 250-263, abr./jun. 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1679-395159073>. Acesso em: 14 junho 2022.

REIS, Germano Glufke; BORINI, Felipe Mendes; Fleury, Maria Tereza Leme. Drivers of human resource management competences development in Brazilian multinational subsidiaries: a multilevel research. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 49, n. 3, p. 519-533, jul./ago./set. 2014. DOI: 10.5700/rausp1165.

REWRITING the rules for the digital age. Westlake: Deloitte University Press, 2017. (2017 Deloitte Global Human Capital Trends).

FERRARO, Tania; PAIS, Leonor; SANTOS, Nuno Rebelo dos. Decent work: an aim for all made by all. **International Journal of Social Sciences**, [s. l.], v. 4, n. 3, p. 30-42, 2015.

SAMARASINGHE, K. Rangana; MEDIS, Ajith. Artificial Intelligence based Strategic Human Resource Management (AISHRM) for Industry 4.0. **Global Journal of Management And Business Research**, [s. l.], v. 20, n. G2, 2020.

SOCIETY FOR HUMAN RESOURCE MANAGEMENT (SHRM). **The SHRM body of competency and knowledge**. Alexandria, VA: SHRM, 2018. *E-book*. Disponível em: <https://www.shrm.org/certification/Documents/SHRM-BoCK-FINAL.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2020.

VIDGEN, Richard; SHAW, Sarah; GRANT, David B. Management challenges in creating value from business analytics. **European Journal of Operational Research**, [s. l.], v. 261, p. 626-639, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ejor.2017.02.023>. Acesso em: 14 junho 2022.

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Tópicos em Governança Corporativa**

Semestre: 2023/2

Carga horária: 15      Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121599

Professor: Prof. Dr. João Zani

## **EMENTA**

Discussão do que há de mais avançado e as tendências em Governança Corporativa em nível global e seus possíveis impactos em finanças corporativas, especialmente ligados ao custo de capital, próprio e de terceiros. Códigos de governança e crescente importância das questões de sustentabilidade (meio ambiente e social, incluindo mudança climática, água, biodiversidade, etc.). Fortalecimento dos direitos e proteção dos investidores e o papel destes e do mercado de capitais na promoção dos códigos de governança corporativa. Aumento da ênfase na eficácia do Conselho de Administração (CA) em controle e monitoramento do risco, especialmente quando há presença de controladores no CA.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Construção e contratação do programa de trabalho para o semestre; apresentação de conceitos, objetivos e contextualização da governança.

Formação, desenvolvimento e evolução do capitalismo e do mundo corporativo

Governança Global: de onde viemos? Onde estamos? Qual a perspectiva e os impactos nos negócios?

O Legado de Milton Friedman

A sustentabilidade e o ESG: Environmental, Social e Corporate Governance e o capitalismo dos shareholders versus o capitalismo de stakeholders

A governança e o processo de sucessão na empresa familiar, nas startups e em organizações cooperativas.

Maximização do valor dos acionistas ou maximização do valor social.

Estrutura de Poder, Assimetria Informacional, Conflito de Agência e o Processo e as Práticas de Governança Corporativa.

ESG Reports and Rating: Custo de capital e como avaliar o desempenho ESG.

A agenda da Governança que Produz Resultados e Reinventando a Governança Corporativa.  
Estudo de Caso Final.

### **OBJETIVOS**

O objetivo desta disciplina é entender o atual estágio do capitalismo mundial e da governança à luz das propostas da ONU e do World Economic Forum para a governança e a gestão dos negócios das corporações.

Entender as limitações da responsabilidade social corporativa RSC de Milton Friedman e a ascensão do ESG como guia para a sustentabilidade e governança das organizações será o objetivo da disciplina.

Compreender a reinvenção da Governança Corporativa que produz resultados para os stakeholders.

### **METODOLOGIA**

Encontros sustentados numa aprendizagem teórica-vivencial, de caráter sistêmico e interdisciplinar, em ambiente presencial ou simultâneo.

A leitura prévia dos textos indicados é requisito indispensável para o aproveitamento dos encontros, tendo em vista que um dos objetivos principais da Unidade Temática é a discussão aprofundada dos temas em questão, nos distintos espaços de aprendizagem.

O protagonismo do aluno na participação/construção das aulas (presenciais ou simultâneas) é a base para o êxito de processo de aprendizagem individual e coletivo.

### **AVALIAÇÃO**

As formas de avaliação envolverão tanto a dimensão individual quanto a coletiva, e deverão contemplar a participação nas atividades realizadas em aula.

40% | Individual | Presença, Quiz, participação nas atividades de aula, evidências de leitura e criticidade nas contribuições em sala de aula. (presença significa estar presente durante toda a aula, câmara aberta, participação nos debates, não atendimento dos outros canais de comunicação exceto a sala de aula.)

20% | Em grupo | Trabalho em grupo: participação e proposições qualificadas e participação nos debates.

40% | Individual | Trabalho final: Avaliação da qualidade da governança de uma empresa S.A, negociada na B3, que declara praticar o ESG. Avaliação compreende todos os pilares do processo de

governança: do discurso e da prática. O objetivo é avaliar e reportar a materialidade do discurso na prática com base nas informações reportadas ao mercado pelos diversos canais de comunicação em especial a reunião trimestral de performance do CEO e RI com os analistas de mercado. A pergunta guia é neste caso: a Governança e ESG cria valor?

## **BIBLIOGRAFIA**

- AKERLOF, George A. The market for lemons: quality uncertainty and market mechanism. **Quarterly Journal of Economics**, [s. l.], v. 84, n. 3, p. 488-500, Aug. 1970.
- ANDRADE, A.; ROSETTI, J. P. **Governança corporativa: fundamentos, desenvolvimento e tendências**. São Paulo: Atlas, 2004.
- BERLE, A.; MEANS, G. **The modern corporation and private property**. New York: Mcmillan, 1932.
- BREMMER, Ian. **O fim do livre mercado**. São Paulo: Saraiva, 2011.
- CHARAM, Ram. **Governança corporativa que produz resultados**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- CHARAM, Ram. **Reinventando a governança corporativa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- CHARAM, Ram; CAREY, Dennis; USEEM, Michael. **Boards that lead**. Boston: Harvard Business Review, 2014.
- COLLINS, Jim. **Como os gigantes caem**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- COLLINS, Jim. **Empresas feitas para vencer**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- DAVIS A. J.; SINANIS, Maria; COLLETTE, Courtney. **Next generation success**. [S. l.]: Cambridge Family Enterprise Press, 2014.
- FRIEDEN, Jeffrey A. **Capitalismo global**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- JENSEN, M. C.; MECKLING, W. H. Theory of the firm: managerial behaviour, agency costs, and ownership structure. **Journal of Financial Economics**, [s. l.], v. 3, n. 4, p. 305-360, 1976.
- KISSINGER, Henry. **Sobre a China**. Guarulhos: Objetiva, 2011.
- SHLEIFER, A.; VISHNY, R. W. A survey of corporate governance. **Journal of Finance**, [s. l.], v. 52, n. 2, p. 737-783, 1997.
- SHLEIFER, A.; VISHNY, R. W. Large shareholders and corporate control. **Journal of Political Economy**, [s. l.], v. 94, p. 461-488, 1986.
- SILVEIRA, Alexandre Di Micelli da. **Governança corporativa no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

STIGLITZ, Joseph E. The contributions of the economics of information to twentieth century economics. **The Quarterly Journal of Economics**, [s. l.], p. 1441-1478, Nov. 2000.