

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Abordagens Metodológicas**

Semestre: 2024/1

Carga horária: 30h Créditos: 02

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121598

Professor: Prof. Dr. Gabriel Sperandio Milan

EMENTA

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Encontro 1 – 12/04/2023 – Prof. Jorge e Prof. Gabriel

Abertura da Disciplina:

A Tese no Doutorado Profissional.

Discussão sobre rigor, relevância e ética na construção de pesquisas e da Tese.

O que é e o que não é uma Tese de Doutorado Profissional. Programa da disciplina e materiais.

Discussão geral dos temas e possíveis abordagens de pesquisa de cada aluno.

Encontro 2 – 13/04/2023 – Prof. Junico e Prof. Gabriel

Temas de Discussão:

Método: O que é? Qual a sua importância? Qual a relação com cada tipo de pesquisa?

Operacionalização do método. Instrumentos de coleta de dados.

O campo empírico e a relação com o método.

A contribuição da pesquisa.

Paradigmas de pesquisa e epistemologia.

Encontro 3 – 11/05/2023 – Prof. Gabriel

Visão geral da pesquisa quantitativa.

Encontro 4 – 12/05/2023 – Prof. Freitas

Visão geral da pesquisa qualitativa.

Encontro 5 – 31/05/2023 – Prof. Freitas e Prof. Gabriel

Coleta de dados qualitativos. Coleta de dados quantitativos.

Encontro 6 – 01/06/2023 – Profa. Patricia

Pesquisa-ação.

Encontro 7 – 21/06/2023 – Profa. Amarolinda (Marô)

Processo intervencionista de pesquisa.

Encontro 8 – 22/06/2023 – Prof. Freitas

DSR – Design Science Research.

Encontro 9 – 05/07/2023 – Prof. Marcelo Machado

Estudo de Caso (único e casos múltiplos).

Encontro 10 – 06/07/2023 – Prof. Gabriel

Fechamento:

Resgate do que se entendeu ao longo da disciplina e utilidade para a construção da Tese.

Mesa de debate.

METODOLOGIA

Aulas expositivo-dialogadas, com a participação de diversos professores convidados, especialistas em temáticas específicas.

AVALIAÇÃO

Exercício de construção do método de pesquisa para a Tese de cada aluno.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração**. 12. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (ed.). **The Sage handbook of qualitative research**. 5th ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2017.

GIBBS, G. R. **Analyzing qualitative data**. 2nd ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2018.

HENNINK, M.; HUTTER, I.; BAILEY, A. **Qualitative research methods**. 2nd ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2020.

MALHOTRA, N. K.; NUNAN, D.; BIRKS, D. **Marketing research: applied approach**. 5th ed. New York: Pearson, 2017.

MYERS, M. D. **Qualitative research in business and management**. 3rd ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2019.

REMLER, D. K.; VAN RYZIN, G. G. **Research methods in practice**: strategies for description and causation. 2nd ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2015.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DRESCH, A.; LACERDA, D. P.; ANTUNES JUNIOR, J. A. V. **Design science research**: a method for science and technology advancement. New York: Springer, 2014.

FLICK, U. **An introduction to qualitative research**. 6th ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2019.

FOWLER JUNIOR, F. J. **Survey research methods**. 5th ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2013.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

THIOLENT, M. **Metodologia de pesquisa-ação**. 18. ed. São Paulo, Cortez, 2018.

VAISHNAVI, V. K.; KUECHLER JUNIOR, W. **Design science research methods and patterns**: innovating information and communication technology. 2nd ed. Boca Raton: CRC Press, 2015.

YIN, R. K. **Case study research and applications**: design and methods. 6th ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2017.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Estratégias para Inovação e Sustentabilidade**

Semestre: 2024/1

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121602

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

EMENTA

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

| | CONTEÚDO | LITERATURA | QUESTÕES PARA DISCUSSÃO |
|----|--|--|---|
| 01 | Apresentação da Disciplina Evolução da Estratégia | VERSCHOORE, J. R., Desafios do ensino de estratégia em mestrados e doutorados profissionais. RAE - Revista de Administração de Empresas , v. 59, n.1, p. 57-61, 2019. | |
| 02 | Plataformas e Ecossistemas | VAN ALSTYNE, M. W.; PARKER, G. G.; CHOUDARY, S. P. Pipelines, Platforms, and the New Rules of Strategy. Harvard Business Review , v. 94, n. 4, p. 54-65, 2016. CUTOLO, D.; HARGADON, A.; KENNEY, M. Competing | 1 – Qual a diferença entre plataforma e ecossistema? 2 – O que é efeito-rede? 3 – Por que plataformas quase sempre vencem as empresas tradicionais? 4 – Quais estratégias os negócios dependentes de |

| | | | |
|----|--|--|--|
| | | <p>on Platforms. MIT Sloan Management Review, v. 62, n. 3, p. 22-30, 2021.</p> <p>PIDUN, U.; REEVES, M.; WESSELINK, E. How Healthy is Your Business Ecosystem? MIT Sloan Management Review, v. 62, n.3, p. 31-38, 2021.</p> | <p><i>plataformas adotam?</i></p> <p>– <i>Quais são os fatores-chave de sucesso em ecossistemas de negócio?</i></p> |
| 03 | Small Data, Big Data e Inteligência Artificial | <p>HAGIU, A.; WRIGHT, J. When Data Creates Competitive Advantage. Harvard Business Review, v. 98, n. 1, p. 94-101, 2020.</p> <p>DESAI, V.; FOUNTAINE, T.; ROWSHANKISH, K. A Better Way to Put Your Data to Work. Harvard Business Review, v. 100, n. 4, p. 100-107, 2022.</p> <p>IANSITI, M.; LAKHANI, K. R. Competing in the Age of AI. Harvard Business Review, v. 98, n. 1, p. 61-67, 2020.</p> <p>HOSANAGAR, K.; KRISHNAN, R. Who Profits the Most from Generative AI? MIT Sloan Management Review, v. 65, n. 3, p. 24-29, 2024.</p> | <p>1 – <i>Que tipo de dados geram valor?</i></p> <p>2 – <i>Quais dificuldades empresas enfrentam para empregar dados em suas estratégias?</i></p> <p>3 – <i>O que difere a weak da strong IA?</i></p> <p>4 – <i>Por que as empresas AI-driven quase sempre vencem as empresas tradicionais?</i></p> <p>5 – <i>Quais são os elementos das camadas de valor na indústria da IA generativa?</i></p> <p>6 – <i>Como gerar e capturar valor com IA?</i></p> |

| | | | |
|----|------------------------------|--|---|
| 04 | Web 3.0 Blockchain e NFTs | <p>IANSTITI, M.; LAKHANI, K. R. The Truth about Blockchain. Harvard Business Review, v. 95, n. 1, p. 118-127, 2017.</p> <p>LACITY, M.; VAN HOEK, R. What We've Learned So Far About Blockchain for Business. MIT Sloan Management Review, v. 62, n. 3, p. 48-54, 2021.</p> <p>CHOHAN, R.; PASCHEN, J. NFT marketing: How marketers can use nonfungible tokens in their campaigns. Business Horizons, v. 66, n. 1, p. 43-50, 2023.</p> | <p>1 – <i>Quais são as dimensões determinantes para a disseminação do blockchain?</i></p> <p>2 – <i>Que estratégias gestores podem usar para adotar blockchain nas empresas?</i></p> <p>3 – <i>Quais lições foram aprendidas com a primeira geração de aplicativos blockchain?</i></p> <p>4 – <i>Por que os profissionais de marketing deveriam considerar o uso de NFTs?</i></p> |
| 05 | Propósito e Sustentabilidade | <p>GERADTS, T. H. J.; BOCKEN, N. M. P. Driving Sustainability-Oriented Innovation. MIT Sloan Management Review, v. 60, n. 2, p. 78-83, 2018.</p> <p>MALNIGHT, T. W.; BUCHE, I.; DHANARAJ, C. Put Purpose at the Core of your Strategy. Harvard Business Review, v. 97, n. 5, p. 70-79, 2019.</p> <p>ANTHOHY, S. D. The Hidden Opportunity in Paradoxes. MIT Sloan Management Review, v. 65, n. 2, p. 28-33, 2024.</p> | <p>1 – <i>Por que colocar o propósito no centro da estratégia?</i></p> <p>2 – <i>Como motivar funcionários a buscar inovações que promovam sustentabilidade?</i></p> <p>3 – <i>O dilema da sustentabilidade versus lucratividade é verdadeiro?</i></p> <p>4 – <i>Como lidar com o paradoxo de manter o propósito sem afetar a lucratividade?</i></p> |

METODOLOGIA

Aulas se alicerçam num projeto de aprendizagem andragógico que respeita a trajetória profissional dos alunos. A leitura prévia dos textos indicados é muito importante para o aproveitamento das aulas que serão conduzidas de forma dialogada. Os relatos de experiências e de vivências dos alunos constituem

elementos adicionais aos debates da disciplina, possibilitando a integração entre teoria e prática. Estimula-se os alunos a trazer materiais ilustrativos dos temas e dos artigos propostos para discussão.

AVALIAÇÃO

As formas de avaliação abrangem tanto a dimensão individual quanto a coletiva e contemplam a participação nas atividades realizadas em aula e a elaboração de um short paper. Short papers são textos curtos que enfocam as principais ideias de um artigo completo posterior, ou seja, eles devem explicar o propósito do artigo, a base teórica, a lacuna de pesquisa abordada, a abordagem adotada, os métodos de análise, as principais descobertas e as contribuições. A estrutura e o formato do short paper serão informados no transcorrer do semestre.

BIBLIOGRAFIA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Projeto de Inserção Internacional**

Semestre: 2024/1

Carga horária: 60h Créditos: 04

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121611

Professor: Prof. Dr. Marcelo Fonseca

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

A Comissão de Avaliação do PPGN realizará a análise da Proposta e do Relatório elaborados pelo aluno.

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

Semestre: 2024/1

Carga horária: 15h Créditos: 01

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121607

Professor: Profa. Dra. Patricia Martins Fagundes Cabral

Prof. Dr. José Carlos da Silva Freitas Junior

EMENTA

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

| Encon. | Horários | Tema | Convidados |
|---|-----------------------|--|--|
| 01 (Presencial, campus POA) | 20/3, 18h a 21h | - Encontro de abertura: definições do trabalho, apresentação do campo de intervenção, expectativas com a atividade, recursos, funcionamento dos encontros, etc. - Reunião de alinhamento de expectativas e combinações de entrega da intervenção | Gestores |
| 02 (Presencial, na instituição de intervenção) | 03/4, 14h a 17h | - Visita Técnica - Reunião com os Gestores para refinamento da “escuta diagnóstica”. | Gestores das áreas administrativa e assistencial, a serem indicados pela instituição |
| 03 (Presencial) | 22/5, 18h a 21h | - Acompanhamento das ações de intervenção e reflexões sobre o processo de aprendizagem - Monitoramento das entregas à empresa | - Gestores das áreas administrativa e assistencial, a serem indicados |
| 04 (remoto) | 19/6, 18h a 21h | - Acompanhamento das ações de intervenção e reflexões sobre o processo de aprendizagem | |

| | | | |
|--------------------|-----------------------|---|----------|
| | | - Monitoramento das entregas à empresa | |
| 05 (presencial) | 03/7, 18h a 21h | - Reunião de Apresentação e Feedback das entregas - Avaliação do Processo de Aprendizagem no Projeto de Intervenção III. | Gestores |

METODOLOGIA

- Empresa de estudo: Grupo Hospitalar Conceição (GHC)
- Traremos alguns convidados (gestores) para interações com os alunos;
- Serão formados duplas/trios para o atendimento das diferentes demandas organizacionais a serem atendidas com o Projeto de Intervenção III
- As entregas deverão atender as solicitações da organização que é campo de estudo, sendo que na entrega final também deverá ser apresentado um relatório por escrito, em forma de uma súmula executiva, bem como um relatório do processo de aprendizagem (individual e do grupo de trabalho).

AVALIAÇÃO

A avaliação será realizada a partir de dois aspectos fundamentais:

- Participação individual qualificada nos encontros
- Efetividade da intervenção proposta, considerando a produção coletiva de conteúdo e a habilidade individual de interação do acadêmico no campo de estudo

BIBLIOGRAFIA

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>. Acesso em: 03março2023.

FIATES, G. G. S.; DEMO, M. L. O.; BRILINGER, C. O. A construção da Estratégia em um Hospital Filantrópico: uma análise com base na estratégia como prática. **Revista Alcance**, [s. l.], v. 25, n. 3, p. 276-290, set./dez. 2019. Doi: 10.14210/alcance.v25n3(set/dez).p276-290.

GRIGOROUDIS, E.; ORFANOUDAKI, E.; ZOPOUNIDIS, C. Strategic performance measurement in a healthcare organisation: A multiple criteria approach based on balanced scorecard. **Omega**, [s. l.], v. 40, p. 104-119, 2012. DOI:10.1016/j.omega.2011.04.001.

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**, [s. l.], v. 17, n. 7, p. 13098-13110, 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: 05março2023.