

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Economia Internacional**

Semestre: 2024/1

Carga horária: 15h Créditos: 01

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104383

Professor: Prof. Dr. Marcos Tadeu Caputi Lelis

EMENTA

Teorias do Comércio Internacional: A concepção clássica de comércio internacional (Adam Smith e David Ricardo), o modelo neoclássico de definição de comércio internacional, as críticas a teoria tradicional: o atraso à imitação; o ciclo de produto, a abordagem de Linder; e a introdução de economias de escala; balanço de pagamentos e restrição ao crescimento econômico.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO & METODOLOGIA

ENCONTRO	CONTEUDO	METODOLOGIA e RECURSOS	REFERENCIAS
01	Teorias do Comércio Internacional: Vantagens absolutas de Adam Smith.	Aula expositiva (computador e projetor).	APPLEYARD et al. (2010). (cap.1-3)
02	Teorias do Comércio Internacional: Vantagens comparativas de David Ricardo	Aula expositiva (computador e projetor).	APPLEYARD et al. (2010). (cap 1-3)
03	Teorias do Comércio Internacional: O modelo Neoclássico (Heckscher-Ohlin)	Aula expositiva (computador e projetor).	APPLEYARD et al. (2010). (cap. 5 e 6). KRUGMAN (2015) (cap. 5)
04	Integração Comercial e o Debate da “Desglobalização”	Aula expositiva (computador e projetor).	APPLEYARD et al. (2010). (cap. 10) OCDE (2013) BLACK (2019)
05	Especialização ou Diversificação Produtiva e Desenvolvimento Econômico	Aula expositiva (computador e projetor). Discussão de texto	CARVALHO e KUPFER (2011)

AVALIAÇÃO

A avaliação consistirá em um trabalho em equipe no final do curso

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

CARVALHO, L.; KUPFER, D. Diversificação ou especialização: uma análise do processo de mudança estrutural da indústria brasileira. **Revista de Economia Política**, [s. l.], v. 31, n. 4, p. 618-637, out./dez. 2011.

KRUGMAN, P.; OBSTFELD, M.; MELITZ, M. **Economia internacional**. 10. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

PREBISCH, R. O desenvolvimento econômico da América Latina e alguns dos seus principais problemas. *In*: BIELSCHOWSKY, R. **Cinquenta anos de pensamento na CEPAL**. Rio de Janeiro: Record, 2000. p. 70-136.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BAUMANN, R; CANUTO, O.; GONÇALVES, R. **Economia internacional: teoria e experiência brasileira**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CAVES, R.; FRANKEL, J.; JONES, R. **Economia internacional: comércio e transações globais**. São Paulo: Saraiva, 2001.

GRIMWADE, N. **International trade: new patterns of trade, production and investment**. 2. ed. London: Routledge, 2000.

LINDER, S. B. Ensaio sobre comércio e transformação. *In*: SAVASANI, J. A. A.; MALAN, P. S.; BAER, W. **Economia internacional**. São Paulo: Saraiva, 1970. p. 65-87

RIVERA-BATIZ, L. A.; OLIVA, M. A. **International trade: theory, strategies and evidence**. New York: Oxford University Press, 2003.

VERNON, R. Investimento externo e comércio exterior no ciclo do produto. *In*: SAVASANI, J. A. A.; MALAN, P. S.; BAER, W. **Economia internacional**. São Paulo: Saraiva, 1979. p. 44-64.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Estratégias de Internacionalização de Empresas**

Semestre: 2024/1

Carga horária: 30h Créditos: 02

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104390

Professor: Prof. Dr. Marcelo Andre Machado

Prof. Dr. Marcos Tadeu Caputi Lelis

EMENTA

Internacionalização de empresas, considerando as diferentes correntes teóricas e suas implicações para o contexto brasileiro. Ambiente internacional de negócios, analisando criticamente as variáveis externas à empresa que interferem nas decisões de internacionalização. Estratégias de entrada em mercados externos, possibilidades de inserção competitiva de produtos, serviços e organizações no exterior, instrumentalizando gestores para o desenvolvimento de planos de internacionalização sustentáveis.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

ENCONTRO	CONTEUDO	METODOLOGIA e RECURSOS	LEITURAS
01* (05/ABR) Tarde	O processo de internacionalização de empresas no Brasil	Aula expositiva-dialogada.	Complementar: A nova multinacional brasileira. Época Negócios (2011).
02 (12/ABR) Noite	Motivações para internacionalização. Correntes teóricas sobre a Internacionalização de Empresas.	Aula expositiva-dialogada. Seminário de discussão do artigo.	Obrigatória: CUERVO-CAZURRA, A.; NARULA, R.; UN, C.A. Internationalization motives: sell more, buy better, upgrade and escape. Multinational Business Review , v. 23, n.1, 2015. Complementar: CUERVO-CAZURRA, A.; NARULA, R. A set of motives to unite them all? Multinational Business Review , v. 23, n.1, p. 2-14, 2015.
03 (19/ABR) Noite	Teorias da Internacionalização de Empresas: da abordagem	Aula expositiva-dialogada. Seminário de discussão do artigo.	Obrigatória: DUNNING, J. H. The eclectic paradigm as an envelope for economic and business theories of

	econômica à comportamental.		MNE activity. International Business Review , n.9, 2000. Complementar: DUNNING, J.H. The Eclectic (OLI) Paradigm of International Production: Past, Present and Future. Int. J. of the Economics of Business , v. 8, n. 2, p. 173-190, 2001.
04 (03/MAI) Noite	Ambiente Internacional de Negócios	Aula expositiva-dialogada. Seminário de discussão do artigo.	Obrigatória: JOHANSON, J.; VAHLNE, J.E. The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. Journal of International Business Studies , v.40, 1411-1431, 2009. Complementares: JOHANSON, J. VAHLNE; J.E. The internalization process of the firm - a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. Journal of International Business Studies . v.8, 23-32, 1977. VAHLNE, J. E.; JOHANSON, J. From internationalization to evolution: The Uppsala model at 40 years. Journal of International Business Studies , n.48, p.1087-1102, 2017.
05 (17/MAI) Noite	Ambiente Internacional de Negócios: o ambiente institucional	Aula expositiva-dialogada. Seminário de discussão do artigo.	Obrigatória: QI, X.; CHAN, J.H.; HU, J.; LI, Y. Motivations for selecting cross-border e-commerce as a foreign market entry mode. Industrial Marketing Management , v.89, p. 50-60, 2020. Complementar: BROUTHERS, K.D. Institutional, cultural and transaction cost influences on entry mode choice and performance. Journal of International Business Studies , v.44, pp.1-13, 2013.

06 (08/JUN) Manhã	Modos de entrada	Aula expositiva-dialogada. Estudo de caso.	Apostila e estudo de caso proposto.
07 (15/JUN) Manhã	Palestra sobre o caso do IBP	Aula expositiva-dialogada	Material do palestrante e site da empresa.
08* (21/JUN) Tarde	<i>Hands-on</i> do IBP	<i>Workshop</i> e orientações em grupos.	Sites de pesquisa.
09* (05/JUL) Tarde	Perspectivas do comércio internacional para o Brasil**	Aula expositiva-dialogada**	Slides e sites de pesquisa.
10 (12/JUL) Tarde	Proposição de IBP	<i>Pitch</i> das consultorias do caso proposto.	

* aula com Prof. Dr. Marcos Lelis

** aula presencial

METODOLOGIA

Aulas sustentadas numa aprendizagem andragógica (teórica-vivencial). A leitura prévia dos textos indicados é muito importante para o aproveitamento dos seminários, das aulas expositivas-dialogadas e das dinâmicas de grupo.

AVALIAÇÃO

Para a avaliação da Atividade Acadêmica considerar-se-ão a condução dos seminários (01 artigo) pelos grupos, a entrega individual das contribuições gerenciais de cada artigo proposto (03 Resumos Críticos e Aplicados-RCA) e, por fim, a apresentação das consultorias do estudo de caso indicado. Nota Final = 4,5 RCAs (3X1,5 cada) + 2,5 pela condução do seminário do artigo + 3,0 apresentação do Pitch das consultorias.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CAVUSGIL, S. T.; KNIGHT, G.; RIESENBERGER, J. R. **Negócios internacionais: estratégias, gestão e novas realidades**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

CZINKOTA, M.; RONKAINEN, I. **Marketing internacional**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

KEEGAN, W. **Marketing global**. São Paulo: Pearson, 2005.

KOTABE, M.; HELSEN, K. **Administração de marketing global**. São Paulo: Atlas, 2000.

ROOT, Franklin R. **Entry strategies for international markets**. New York: Lexington, 1998.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CUERVO-CAZURRA, A.; NARULA, R. A set of motives to unite them all? **Multinational Business Review**, [s. l.], v. 23, n. 1, p. 2-14, 2015.

DUNNING, J. H. The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions. **Journal of International Business Studies**, [s. l.], v. 19, n. 1, p.1-31, 1988.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J. E. The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. **Journal of International Business Studies**, [s. l.], n. 8, v. 1, p. 23-32, 1977.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J. E. The mechanisms of internationalization. **International Marketing Review**, [s. l.], v. 7, n. 4, p. 11-24, 1990.

OSLAND, G. E.; TAYLOR, Charles R.; ZOU, Shaoming. Selecting international modes of entry and expansion. **Marketing Intelligence & Planning**, [s. l.], v. 19, n. 3, p. 153-161, 2001.

PAUL, J.; JADHAV, P. Institutional determinants of foreign direct investment inflows: evidence from emerging markets, **International Journal of Emerging Markets**, [s. l.], v.15, n. 2, p. 245-261, 2020.

SHARMA, V. M.; ERRAMILI, M. K. Resource-based explanation of entry mode choice. **Journal of Marketing Theory and Practice**, [s. l.], v. 12, n. 1, p. 1, Winter 2004.

IDENTIFICAÇÃO**Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios**Nível: Mestrado DoutoradoDisciplina: **Estudo das Organizações**

Semestre: 2024/1

Carga horária: 15h Créditos: 01

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104395

Professor: Prof. Dr. Jose Antonio Valle Antunes Junior

EMENTA

A Transição Econômica e Gerencial entre a I e a II Revolução Industrial. O Padrão de Desenvolvimento Industrial: 1900-1970. A Economia Brasileira: 1822 a 1970. A crise internacional do petróleo de 1973 a 1979. O novo Padrão de Desenvolvimento Industrial pós crise internacional do petróleo: O Sistema Toyota de Produção, os Distritos Industriais, a sociedade em rede e a inovação e a competitividade. A Economia Brasileira, os novos padrões competitivos e o Capitalismo de Laços. Os negócios no mundo da digitalização. Os negócios no mundo das transformações ambientais.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Encontro	Conteúdo	Observações
01 – Data: 06/04/2024 Sábado 9:00 as 12:00 horas	<ul style="list-style-type: none">• Apresentação da disciplina;• O surgimento da grande empresa nos EUA na transição do século XIX e XX;• O surgimento da produção em Massa (Taylor/Ford);• GM, Planejamento Centralizado/Execução Descentralizada (Sloan Jr.)• A economia mundial do início do século XX	Sloan Jr (2001); Ford (1926; 1927); Chandler (1988);
02 – Data: 12/04/2024 Sexta-feira 14:00 as 17:00 horas	<ul style="list-style-type: none">• A economia gaúcha e brasileira e o desenvolvimento industrial: 1822 a 1970• Limites do desenvolvimento econômico e industrial: As crises internacionais do petróleo de 1973 e 1979	Leff (1991) Targa (2013) Vidal (1987) Bresser Pereira (2014)

	<ul style="list-style-type: none"> • Energia, Sociedade e Ambiente no século XX e XXI 	
<p>03 – Data: 13/04/2024 Sábado 09:00 às 12:00 horas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reestruturação Industrial pós-crise internacional de Petróleo: • Sistema Toyota de Produção (STP)/Produção Enxuta; • Sistema Hyundai de Produção; • Distritos Industriais 	<p>Ohno (1997) Nunes (2015) Costa(1988); Costa & Costa (2007) Scheer (2019)</p>
<p>04 – Data 02/05/2024 Quinta-feira 19:00 as 22:00 horas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedade, Reestruturação Industrial e Competitividade Redes; • A Economia da Cooperação • Inovação • Os negócios e a digitalização • A Competição por Plataformas 	<p>Castels (2007) Antunes, in: Proença et al (2015) Antunes, Horn, Pellegrin e Vaz (2017) Rogers (2016) Galloway (2017) Hillman (2022)</p>
<p>05 – Data: 08/06/2024 Sábado 9:00 às 12:00 horas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A industrialização brasileira pós-crise internacional do petróleo; • O Capitalismo de Laços e suas implicações na competitividade no Brasil 	<p>Bresser Pereira (2014) Lazzarini (2011) Musacchio & Lazzarini (2015)</p>

METODOLOGIA

A disciplina será conduzida através de exposição de seus conteúdos de forma oral-dialogada

AVALIAÇÃO

As formas de avaliação estão apresentadas a seguir:

- Participação dos alunos em aula: 20%;
- Trabalho final da disciplina: 80%.

Observações:

A maior parte das referências bibliográficas são livros e, portanto, não há como colocar no Moodle por questões associadas a propriedade intelectual;

As referências possíveis serão colocadas no Moodle.

O trabalho final consiste na entrega de um artigo versando sobre qualquer dos temas tratados na disciplina. O artigo deverá ter um mínimo de 10 páginas e um máximo de 15 páginas, sem considerar as referências bibliográficas.

BIBLIOGRAFIA

ABUCHAIM, V. R. **O tropeiro que se fez rei**. Porto Alegre: Gráfica Mosca, 2013.

ANTUNES, J. A.V.; HORN, C. H.; PELLEGRIN, I. D. VAZ, E. **Remando contra a maré: a política industrial do RS (2011 a 2014)**. [S. l.]: Editora Bookman, 2017.

BECATTINI, Giacomo. Os distritos industriais na Itália!. In: URANI, Adré *et al.* (org.). **Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da Terceira Itália**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999. p. 45-58.

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

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

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

CASTELS, M. **A sociedade em rede: a era da informação**. [S. l.]: Editora Paz e Terra, 2007. v. 1.

CHANDLER, Alfred D. Os primórdios da 'grande empresa' na indústria norte-americana. In: McCRAW, Thomas K. (org.). **Alfred Chandler: ensaios para uma teoria histórica da grande empresa**. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1998. p. 35-66.

CHANG, Há-Joon Industrial Policy: We Can Go Beyond na Unproductive Confrontation?, ABDCE (Annual World Bank Conference on Development Economics), Seoul, South Korea, Faculty of Economics, 2009.

CHUNG, M-K., Is it new paradigma? Modular Production system in Hyundai. GERPISA Thirteenth International, Paris, France, 2005.

COSTA, Achyles Barcelos da. O desenvolvimento econômico na visão de Joseph Schumpeter. **Cadernos IHU Idéias**, São Leopoldo, ano 4, n. 47, p. 1-16, 2006.

COSTA, Achyles Barcelos da. Reestruturação produtiva e padrão de organização industrial. In: Dinizar Fermiano Becker. (Org.). **Competitividade: o (des)caminho da globalização**. 1ªed.Lajeado-RS: FATES editora, 1998, v., p. 29-64.

COSTA, Achyles Barcelos da. Inovações e mudanças na organização industrial. **Ensaio FEE**, Porto Alegre-RS, v. 21, n.2, p. 7-31, 2000.

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

- DRUCKER, P. **Post-capitalist society**. New York: Harder Business, 1993.
- FORD, H. **Hoje e amanhã**. São Paulo Companhia Editora Nacional, 1927.
- FORD, H. **Minha vida e minha obra**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1926.
- GALLOWAY, S. **Os quatro**: Apple, Amazon, Facebook e Google: o segredo dos gigantes da tecnologia. São Paulo: Editora HSM, 2017.
- KIM, C.; JO, H.; JEONG, J. Modular production and Hyundai production system: the case of Hyundai MOBIS (in Korean). **Economy and Society**, [s. l.], v. 92, p. 351-385, 2011.
- LEFF, N. **Subdesenvolvimento e desenvolvimento no Brasil**. [S. l.]: Editora Expressão e Cultura, 1991. 2v.
- LAZZARINI, G. L. **Capitalismo de laços**: entenda como funcionam as estratégias e alianças políticas e suas consequências para a economia brasileira: os donos do brasil e suas conexões. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2011.
- LEE, B.; JO, H. The mutation of the Toyota Production System: adapting the TPS at Hyundai Motor Company. **International Journal of Production Research**, [s. l.], v. 45, n. 16, p. 3665-3679, 2007.
- LIMA, M. C. **Os boêmios cívicos: a assessoria econômico-político de Vargas (1951-54)**. Rio de Janeiro: Centro Internacional Celso Furtado; [S. l.]: Banco do Nordeste, 2013.
- MAZZUCATO, Mariana. **The entrepreneurial state**. London: Open University: Demos: Magdalen House, June 2011.
- MUSACCHIO, A.; LAZZARINI, G. L. **Reinventando o capitalismo de estado**: o Leviatã nos negócios: Brasil e outros países. São Paulo: Portfólio-Penguin: Editora Schwarcz, 2015.
- MULLER, C. A. **A história econômica do Rio Grande do Sul**: edição comemorativa aos 70 anos do Banrisul – 1928/1998. Porto Alegre: Imprensa Editora Grande Sul, 1998.
- NETTO, J. N. **A saga do álcool**: fatos e verdades sobre os 100 anos de história do álcool em nosso país. São Paulo: Editora Novo Século, 2007.
- NUNES, F. L. **Sistema Hyundai de Produção**: uma proposição de modelo conceitual. 2015. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção e Sistemas) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia Produção e Sistemas, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2015.
- OHNO, T. **Sistema Toyota de Produção**: além da produção em larga escala. Porto Alegre: Editora Bookman, 1997.
- ORSOLIN, C. K. **Proposta de um framework para análise dos impactos da indústria 4.0 na cadeia de valor**. 2020. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção e Sistemas) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2020.
- PORTER M. E. **The competitive advantage of nations**. New York: Free Press, 1990.

- PORTER, M. E.; HEPPELMANN, J. E. Como produtos inteligentes e conectados estão transformando a competição. **Harvard Business Review Brasil**, [s. l.], 30 maio 2016.
- PRADO JUNIOR, Caio. **Formação do Brasil contemporâneo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.
- PROENÇA, A.; LACERDA, D. P.; ANTUNES, J. A. V.; TÁVORA, J. L.; SALERNO, M. **Gestão da inovação e competitividade no Brasil: da teoria para a prática**. Porto Alegre: Editora Bookman, 2015.
- ROGERS, David L. **Transformação digital: repensando o seu negócio para a Era Digital**. São Paulo: Editora Autêntica Business, 2019.
- RIBEIRO, D. **O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras: Editora Shwarcz, 1995.
- SELEME, A.; ANTUNES, J. A.V. Configurações da estrutura organizacional: um exame preliminar a partir do Sistema JIT. *In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO*, 14., 1990, Florianópolis. **Anais [...]** Florianópolis: [s. n.], 1990. v. 6, p. 143-159.
- SCHEER, A. S. **Enterprise 4.0: from disruptive business model to the automation of business processes**. [S. l.]: AWSi Publishing: August Wilhelm-Scheer Institut, Jan. 2019. v. 2.
- SCHWARCZ, L. M. **As barbas do Imperador: Dom Pedro II um monarca nos trópicos**. São Paulo: Editora Companhia das Letras: Editora Shwarcz, 1988.
- SLOAN, A. **Meus anos com a General Motors**. São Paulo: Negócios Editora, 2001.
- SUZIGAN, W.; FURTADO, J. Política industrial e desenvolvimento. **Revista de Economia Política**, São Paulo, v. 26, n. 2, jun. 2006.
- TARGA, L. R. P. Negações da identidade do Rio Grande do Sul. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 24, n.2, p. 299-322, 2003.
- TIGRE, P. B. **Gestão da inovação: a economia da tecnologia no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- TOYODA, E. **Toyota fifty years in motion: an autobiography by The Chairman Eiji Toyoda**. [S. l.]: Toyota Motor Corporation, 1987.
- YERGIN. D. **O petróleo: uma história mundial de conquistas, poder e dinheiro**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2010.
- VIDAL, J. W. **De estado servil a nação soberana: civilização solidária dos trópicos**. Petrópolis: Editora Vozes, 1987.
- WILLIAMSON, Oliver E. The modern corporation: origins, evolution, attributes. **Journal of Economic Literature**, [s. l.], v. 19, p. 1537-1568, Dec. 1981.

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

IDENTIFICAÇÃO**Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios**Nível: Mestrado DoutoradoDisciplina: **Gestão de Operações**

Semestre: 2024/1

Carga horária: 15h Créditos: 01

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104399

Professor: Prof. Dr. Gabriel Sperandio Milan

EMENTA

As normas de concorrência e as dimensões competitivas: desenvolvimento histórico; O conceito de tecnologia autônoma; Discutindo os fatores de produção em diferentes ambientes nacionais; No sentido da administração lucrativa: combinado as normas e concorrência, as dimensões competitivas e o conceito de tecnologia autônoma; O conceito de empresa: uma abordagem técnico-econômica – Unidades de Negócios e Sub-Unidades de Negócio; Preço, mercado e inovação; As matérias-primas; Matriz de Posicionamento de Negócios e o Desenvolvimento de Fornecedores; O ambiente interno da empresa: concepção, projeto e implantação de sistemas de produção competitivos; A competitividade no contexto da Microeconomia da Firma.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Datas	Conteúdos ou Atividades Previstas
22/03 (tarde)	Apresentação de alunos e professor. Plano de Ensino. Introdução: contextualização sobre gestão de operações. A lógica dos sistemas para a manufatura e para serviços. A transformação digital e as decisões atinentes ao atendimento de clientes.
22/03 (noite)	Definição de operações e elementos intrínsecos. Estratégias de serviços: o pacote de serviços (instalações de apoio, bens facilitadores, informações, serviços explícitos e serviços implícitos),...
03/05 (tarde)	...elementos estruturais (a configuração do SPS – Sistema de Prestação de Serviços), considerando a localização da empresa, projeto das instalações e planejamento da capacidade de atendimento, e...
03/05 (noite)	...elementos gerenciais (o encontro em serviços, qualidade, gerenciamento da capacidade de atendimento versus demanda, recuperação de falhas na operação e informações). Aspectos

	externos e internos relevantes para o planejamento e gestão de operações.
14/06 (noite)	Desenvolvimento do trabalho em grupo (Estudo de Caso).

METODOLOGIA

Constituem a metodologia de ensino e de aprendizagem:

- Aulas expositivo-dialogadas, oportunizando a contextualização e a troca de experiências;
- Leituras de textos complementares (potencializando a construção de pensamento e de posicionamento crítico);
- Trabalho em grupo (Estudo de Caso).

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina será composta da seguinte forma: 20% da avaliação relativos às presenças e à participação em sala de aula e 80% relativos ao desenvolvimento de um trabalho em grupo (Estudo de Caso).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Service management: operations, strategy, information technology.** 8th ed. New York: McGraw-Hill, 2014.

GAITHER, N.; FRAZIER, G. **Operations management.** 9th ed. New York: South-Western: Thomson Learning, 2002.

GRÖNROOS, C. **Marketing: gerenciamento e serviços.** 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

GRÖNROOS, C.; HELLE, P. Adopting a service logic in manufacturing: conceptual foundation and metrics for mutual value creation. **Journal of Service Management**, [s. l.], v. 21, n. 5, p. 564-590, 2010.

GRÖNROOS, C.; VOIMA, P. Critical service logic: making sense of value creation and cocreation. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [s. l.], v. 41, n. 2, p. 133-150, 2012.

HEIZER, J.; RENDER, B. **Operations management: sustainability, and supply chain management.** 11th edition. Boston: Pearson, 2014.

KRAJEWSKI, L. J.; MALHOTRA, M. K.; RITZMAN, L. P. **Operations management: processes and supply chains.** 12th ed. Boston: Pearson, 2018.

STEVENSON, W. J. **Operations management.** 13th ed. New York: McGraw-Hill, 2018.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J.; GREMLER, D. D. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente.** 6. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- GIEBELHAUSEN, M.; ROBINSON, S. G.; SIRIANNI, S. J.; BRADY, M. K. Touch versus tech: when technology functions as a barrier or a benefit to service encounters. **Journal of Marketing**, [s. l.], v. 78, n. 4, p. 113-124, 2014.
- GRÖNROOS, C. Service logic revisited: Who creates value? And who co-creates? **European Business Review**, [s. l.], v. 20, n. 4, p. 298-314, 2008.
- GRÖNROOS, C. Value co-creation in service logic: a critical analysis. **Marketing Theory**, [s. l.], v. 11, n. 3, p. 279-301, 2011.
- GRÖNROOS, C.; GUMMERUS, J. The service revolution and its marketing implications: service logic vs service-dominant logic. **Managing Service Quality**, [s. l.], v. 24, n. 3, p. 206-229, 2014.
- GRÖNROOS, C.; RAVALD, A. Service as business logic: implications for value creation and marketing. **Journal of Service Management**, [s. l.], v. 22, n. 1, p. 5-22, 2011.
- 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.
- LOVELOCK, C.; WIRTZ, J.; HEMZO, M. A. **Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia**. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2020.
- VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. The four service marketing myths: remnants of a goods-based, manufacturing models. **Journal of Service Research**, [s. l.], v. 6, n. 4, p. 324-335, 2004.
- VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. From goods to service(s): divergences and convergences of logics. **Industrial Marketing Management**, [s. l.], v. 37, n. 3, p. 254-259, 2008.
- VARGO, S. L.; MAGLIO, P. P.; AKAKA, M. A. On value and value co-creation: a service systems and service logic perspective. **European Management Journal**, [s. l.], v. 26, n. 3, p. 145-152, 2008.
- WEISS, E. N.; FOLDBERG, R. Robust services: people or processes? **Harvard Business Publishing**, [s. l.], 2018.

JOURNALS SUGERIDOS PARA PESQUISA E OUTRAS LEITURAS

- European Journal of Marketing
- International Journal of Bank Marketing
- International Journal of Operations and Production Management
- International Journal of Services and Operations Management
- Journal of Operations Management
- Journal of Marketing

- Journal of Marketing Research
- Journal of Service Management
- Journal of Services Marketing
- Journal of Retailing
- Manufacturing and Service Operations Management
- Operations Research

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Gestão Estratégica**

Semestre: 2024/1

Carga horária: 30h Créditos: 02

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104396

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

EMENTA

A evolução do pensamento estratégico através do estudo das diversas correntes identificáveis ao longo das últimas décadas. Análise histórica sobre o impacto das diversas correntes no conteúdo e no processo estratégico das organizações. A relação entre estratégia e inovação e a adaptação dos conteúdos da estratégia a condições regionais. As diferentes perspectivas sobre planejamento e implementação de estratégias nas organizações.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

ENCONTRO	CONTEÚDO	LEITURAS	CASO PARA ANÁLISE
01 (05/04) presencial	Apresentação	O 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 (19/04)	A emergência da estratégia empresarial no pós-guerra. O design e o planejamento estratégico	O MINTZBERG, H. The design school: reconsidering the basic premises of strategic management. Strategic Management Journal , v.11, n.3, p.171-195, 1990. O HENDERSON, B. D. The origin of strategy. Harvard Business Review , v. 67, n. 6, p. 139-143, 1989. C WOLF, C.; FLOYD, S. W. Strategic Planning Research Toward a Theory-Driven Agenda. Journal of Management , v. 43, n. 6, p. 1754- 1788, 2017.	Revista Exame – A primeira derrota chinesa

<p>03 (03/05)</p>	<p>A racionalidade econômica na gestão estratégica. O legado de Michael Porter</p>	<p>O PORTER, M. E. How Competitive Forces Shape Strategy. Harvard Business Review, v.57, n.2, p.137-145, 1979. C PORTER, M. E. Towards a dynamic theory of strategy. Strategic Management Journal, v.12, n.S2, p. 95-117, 1991. C PORTER, M. E. What is Strategy. Harvard Business Review, v. 74, n. 6, p.61-78, 1996.</p>	<p>NYT - Como a China construiu a BYD, que foi de piada da indústria a matadora da Tesla</p>
<p>04 (07/06)</p>	<p>A ascensão do incrementalismo lógico. Estratégias Deliberadas X Estratégias Emergentes</p>	<p>O MINTZBERG, H, Crafting Strategy. Harvard Business Review, v.66, n. 4, p. 66-75, 1987. C MINTZBERG, H. The Fall and Rise of Strategic Planning. Harvard Business Review, v.72, n.1, p.107-114, 1993 C MINTZBERG, H.; WATERS, J. A. Of strategies, deliberate and emergent. Strategic Management Journal, v.6, n.3, p, 257-272, 1985.</p>	<p>Revista Veja - Zaramania</p>
<p>05 (14/06)</p>	<p>Os recursos estratégicos e as competências centrais</p>	<p>O BARNEY, J. B. Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, v,17, n.1, p. 99-120, 1991. O PRAHALAD, C. K.; HAMEL, G. The Core Competence of the Corporation. Harvard Business Review, v. 68, n. 3, p. 79-91, 1990. C CHRISTENSEN, C. M.; BOWER, J. L. Customer power, strategic investment, and the failure of leading firms. Strategic Management Journal, v. 17, n. 3, p. 197-218, 1996.</p>	<p>Startse - Kodak - Como ela foi de uma das empresas mais inovadoras até falência</p>
<p>06 (21/06) presencial</p>	<p>Teoria dos Jogos e o nascimento da Coopetição</p>	<p>O BRANDENBURGER, A. M; NALEBUFF, B. J. The Right Game. Use game theory to shape strategy. Harvard Business Review, v. 73, n.4, p. 57-71, 1995. C BRANDENBURGER, A. M; NALEBUFF, B. J. The Rules of Coopetition. Harvard Business Review, v. 99, n.1, p. 48-57, 2021. C CAMERER, C. F. Does strategy research need game theory?</p>	<p>HSM - A aliança que transformou Disney e Pixar</p>

		Strategic Management Journal , v.12, n.S2, p. 137-1152, 1991	
07 (05/07) presencial	Modelos de Negócio	O OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers . John Wiley & Sons, 2010. O MAGRETTA, J. Why business models matter. Harvard Business Review , v. 80, n. 5, p. 86-92, 2002. C SHAFER, S. M.; SMITH, H. J.; LINDER, J. C. The power of business models. Business Horizons , v. 48, n. 3, p. 199-207, 2005.	NYT - WhatsApp vira o novo queridinho de Zuckerberg
08 (11/07)	Estratégias enxutas e ecossistema empreendedor	O BLANK, S. Why the lean start-up changes everything. Harvard Business Review , v. 91, n. 5, p. 63-72, 2013. O WEIBLEN, T.; CHESBROUGH, H. W. Engaging with Startups to Enhance Corporate Innovation. California Management Review , v.57, n. 2, p. 66-90, 2015. C ADNER, R. Ecosystem as Structure: An Actionable Construct for Strategy. Journal of Management . v. 43 n. 1, 2017.	Forbes - Startup de delivery de produtos de supermercado recebe aporte de US\$ 170 milhões em série A
09 (12/07)	Efeito rede e Plataformas estratégicas	O 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. O HAGIU, A.; ROTHMAN, S. Network effects aren't enough. Harvard Business Review , v. 94, n. 4, p. 64-71, 2016. C SHAUGHNESSY, H. Harnessing platform-based business models to power disruptive innovation. Strategy & Leadership , v. 44, n.5, p. 6- 14, 2016.	BBC - Temu no Brasil: por que a empresa virou ameaça para as gigantes Shopee e Shein
10 (19/07)	AVALIAÇÃO FINAL	LEITURAS E TRABALHOS DAS AULAS 2 A 9.	

METODOLOGIA

Aulas se alicerçam num projeto de aprendizagem andragógico que respeita a trajetória profissional dos alunos. A leitura prévia dos textos indicados é muito importante para o aproveitamento dos seminários, das aulas expositivas-dialogadas. Os relatos de experiências e de vivências dos alunos constituem elementos fundamentais na condução da disciplina, possibilitando a integração entre teoria e prática. Estimulam-se os alunos a trazer materiais ilustrativos das situações discutidas em classe.

AVALIAÇÃO

As formas de avaliação envolverão tanto a dimensão individual quanto a coletiva e irão contemplar a participação nas atividades realizadas em aula. Será empregada uma prova dissertativa para avaliar a compreensão e a absorção dos conteúdos trabalhados durante as atividades acadêmicas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BARNEY, J. B. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management**, [s. l.], v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991.
- BLANK, S. Why the lean start-up changes everything. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 91, n. 5, p. 63-72, 2013.
- BRANDENBURGER, A. M.; NALEBUFF, B. J. The right game: use game theory to shape strategy. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 73, n.4, p. 57-71, 1995.
- HAGIU, A.; ROTHMAN, S. Network effects aren't enough. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 94, n. 4, p. 64-71, 2016.
- HENDERSON, B. D. The origin of strategy. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 67, n. 6, p. 139-143, 1989.
- MAGRETTA, J. Why business models matter. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 80, n. 5, p. 86-92, 2002.
- MINTZBERG, H, Crafting Strategy. **Harvard Business Review**, [s. l.], v.66, n. 4, p. 66-75, 1987.
- MINTZBERG, H. The design school: reconsidering the basic premises of strategic management. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 11, n. 3, p. 171-195, 1990.
- PORTER, M. E. How competitive forces shape strategy. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 57, n. 2, p. 137-145, 1979.
- PRAHALAD, C. K.; HAMEL, G. The Core Competence of the Corporation. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 68, n. 3, p. 79-91, 1990.
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers**. [S. l.]: John Wiley & Sons, 2010.

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

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

WEIBLEN, T.; CHESBROUGH, H. W. Engaging with Startups to Enhance Corporate Innovation. **California Management Review**, [s. l.], v.57, n. 2, p. 66-90, 2015.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ADNER, R. Ecosystem as structure: an actionable construct for strategy. **Journal of Management**, [s. l.], v. 43, n. 1, 2017.

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

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

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

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

MINTZBERG, H.; WATERS, J. A. Of strategies, deliberate and emergent. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 6, n. 3, p. 257-272, 1985.

PORTER, M. E. Towards a dynamic theory of strategy. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 12, n. S2, p. 95-117, 1991.

PORTER, M. E. What is Strategy. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 74, n. 6, p. 61-78, 1996.

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

SHAUGHNESSY, H. Harnessing platform-based business models to power disruptive innovation. **Strategy & Leadership**, [s. l.], v. 44, n.5, p. 6- 14, 2016.

WOLF, C.; FLOYD, S. W. Strategic Planning Research Toward a Theory-Driven Agenda. **Journal of Management**, [s. l.], v. 43, n. 6, p. 1754-1788, 2017.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Governança Corporativa**

Semestre: 2024/1

Carga horária: 30h Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: Mestrado: 104393

Professor: Prof. Dr. João Zani

EMENTA

Governança Corporativa, a partir de uma visão sistêmica de gestão e como processo complexo de tomada de decisão e de implementação ou não implementação das decisões empresariais tomadas. Os principais pontos da teoria econômica, seus efeitos e a importância da assimetria de informação no entendimento dessa questão. As teorias da firma. A firma como um nexo de contratos. A teoria da agência e sua relação agente-principal e os problemas de assimetria de informação (seleção adversa, risco moral e sinalização) e sua problematização no desempenho das organizações serão trabalhados. Os modelos de governança corporativa. Os modelos de governança e a estrutura de propriedade: (i) controle e propriedade estatal; (ii) controle e propriedade familiar; (iii) sistema de controles bancários e (iv) controle disperso entre os acionistas. As implicações dos diferentes modelos de governança corporativa nos resultados das organizações. Debate de casos práticos aplicados à economia brasileira e seus diferentes impactos na performance das firmas. Os sistemas legais, econômicos e políticos de governança corporativa entre vários países.

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 global e do mundo corporativo
- Governança Global: de onde viemos? Onde estamos? Qual a perspectiva futura? e quais os impactos nos negócios?
- O Capitalismo e o legado de Milton Friedman e seu confronto com o ESG.
- O capitalismo dos *shareholders* versus a governança de *stakeholders*
- Maximização do valor dos acionistas ou maximização do bem-estar dos acionistas
- Estrutura de Poder, Assimetria Informacional, Conflito de Agência e o Processo e as Práticas

de Governança Corporativa.

- Entendendo o ESG: O que é uma empresa ESG – Environmental, Social e Corporate Governance. Desafios e Oportunidades da implementação das práticas ESG
- ESG Reports and Rating: Como avaliar o desempenho ESG.
- ESG Governança na empresa familiar.
- Empresa ESG e o custo de capital.
- A empresa ESG e o mercado consumidor.
- As Melhores Práticas de Governança em Empresas de Capital Aberto e Fechado, em empresas familiares, cooperativas e em startups.
- Governança que Produz Resultados e Reinventando a Governança Corporativa
- Estudo de Caso Final.

METODOLOGIA

Encontros sustentados numa aprendizagem teórica-vivencial, de caráter sistêmico e transdisciplinar, em ambiente presencial ou virtual 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 classe ou extraclasse.

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.)

30% | Em grupo | Trabalho em grupo: participação e proposições qualificadas e participação nos debates.

30% | Individual | Trabalho final: Avaliação da qualidade da governança de uma empresa S.A, 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 do CEO e RI com os analistas.

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,

BEBCHUK, Lucian; WEISBACH, Michael S. A. **The state of corporate governance reserarch**. [S. l.: s. n.], 2009. (Working paper, 15537). Disponível em: <http://www.nber.org/papers/w15537>. Acesso em: 20janeiro2024.

BERG, F.; KOELBEL J.; RIGOBON, R. **Aggregate confusion: the divergence of ESG ratings**. [S. l.: s. n.], 2020. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3438533. Acesso em: 15março2024.

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.

CHARAM, Ram; WILLIGAN Geri. **Repensando a vantagem competitiva**. [S. l.]: Alta Editora Consultoria Eireli, 2022.

COLLINS, Jim. **Como os gigantes caem**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

COLLINS, Jim. **Empresas feitas para vencer**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

CORNELL, Bradford; DAMODARAN, Aswath. **Valuing ESG: doing good or sounding good?** [S. l.: s. n.], 2020. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3557432. Acesso em: 30janeiro2024.

EDMANS, Alex. The end ESG. **Financial Management**, [s. l.], v. 52, n. 1, 2022.

DAMODARAN, Awhath. **Good intentions, perverse outcomes: the impact of impact investing**. [S. l.: s. n.], 2023. Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/good-intentions-perverse-outcomes-impact-investing-aswath-damodaran/>. Acesso em: 30janeiro2024.

FRIEDEN, Jeffrey A. **Capitalismo global**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

GREENE, Robert; ELFFERS, Joost. **As 48n leis do poder**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

HART, Oliver; ZINGALES Luigi. **The New Corporate Governance**. **University of Chicago**

Business Law Review, [s. l.], v. 1, n. 1, p. 195-216, 2023.

HUNT, V.; SIMPSON, B.; YAMADA, Y. **The case for stakeholder capitalism**. [S. l.]: McKinsey & Company, 2020.

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.

RAJ, Vijay. **Corporate governance: shareholders vs. stakeholders - divergence and common ground**. [S. l.: s. n.], 2022.

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.

ZINGALES, Luigi (ed.). **Milton Friedman 50 years later**. [S. l.]: Stigler Center, 2020

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Laboratório de Desenvolvimento de Liderança**

Semestre: 2024/1

Carga horária: 30h Créditos: 02

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104392

Professor: Profa. Dra. Patricia Martins Fagundes Cabral

Prof. Dr. José Carlos da Silva Freitas Junior

EMENTA

Liderança nas dimensões individual (líder) e coletiva (rede de liderança) a partir de vivências, de casos, de depoimentos e de práticas empresariais, discutindo criticamente as questões relativas ao contexto de gestão, relações de poder e autodesenvolvimento. Problematização da tomada de decisões em cenários de alta complexidade e instrumentalização para a prática inovadora e transformadora na gestão sustentável.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA	CONTEÚDO	METODOLOGIA e RECURSOS	REFERÊNCIAS
01 - Presencial (11/04, quinta-feira) N Patrícia e Freitas RECONHECIMENTO DO TERRENO... ESTAMOS PREPARADOS PARA A AMBIDESTRIA?	<ul style="list-style-type: none"> - Combinações gerais - Liderança em um mundo complexo - Ambidestria Organizacional: preparando líderes ambidestros 	<ul style="list-style-type: none"> - Leitura Prévia - Explicação teórica-dialogada - Atividades em Grupo 	Leitura prévia: SMITH, K. W.; LEWIS, M. W. TUSHMAN, M. L.. “Both/And” Leadership Don’t worry so much about being consistent. <i>Harvard Business Review</i> May 2016 BIRSHAN, M., & SETH, I. How ambidextrous leaders manage through Volatile Times. McKinsey & Company. Retrieved, 2023. Disponível em: https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-ambidextrous-leaders-manage-through-volatile-times LAGOWSKA, SOBRAL e FURTADO. Leadership under Crises: A Research Agenda for the Post-COVID- 19 Era BAR – Brazilian

			<p>Administration Review Vol. 17, No. 2, 2020.</p> <p><u>Leitura Complementar:</u> REILLY III, C. A.; TUSHMAN, M. L. The Ambidextrous Organization. Harvard Business Review, [s. l.], v. 82, n. 4, p. 74–81, 2004. Disponível em: http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=12774665&lang=pt-br&site=ehost-live</p> <p>MARQUES, M. Angelica Jung; CUNHA, Cristiano Castro de A. LIDERANÇA AMBIDESTRA E INOVAÇÃO: A EVOLUÇÃO DE UMA IDEIA. In: International Congress of Knowledge and Innovation-Ciki. 2018.</p>
<p>02 - Remoto (18/04, quinta-feira) N Patrícia</p> <p>O QUE É PRECISO COMPREENDER PARA SER UM LÍDER HOJE?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Concepções da liderança - Desenvolvimento de Liderança: processo social e relacional - Competências fundamentais aos líderes contemporâneos 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT/vídeo de apoio - Webconferência - Trabalho em grupos virtuais 	<p><u>Leitura Básica:</u> TURANO, L. M.; CAVAZOTTE, F.. Conhecimento Científico sobre Liderança: Uma Análise Bibliométrica do Acervo do <i>The Leadership Quarterly RAC</i>, RJ, v. 20, n. 4, art. 3, pp. 434-457, Jul./Ago. 2016</p> <p>MCCAULEY, Cynthia D.; PALUS, Charles J. Developing the theory and practice of leadership development: A relational view. <i>The Leadership Quarterly</i>, v. 32, n. 5, p. 101456, 2021.</p> <p>“Leadership in a Pandemic and Things that Matter” – https://www.mindgarden.com/blog/post/51-leadership-in-a-pandemic-and-things-that-matter</p> <p><u>Leitura Complementar:</u> FIGUEIREDO, José Augusto L. et al. Uma década de pesquisas sobre liderança e seus efeitos na criatividade-inovação: uma revisão sistemática e narrativa da literatura.</p>

			<p>Revista Brasileira de Gestão de Negócios, v. 24, p. 66-91, 2022</p> <p>CABRAL, P. M. F.; SEMINOTTI, N.. Competências de Liderança e Competências Gerenciais: um Olhar Dialógico. São Paulo, ANPAD, 2009.</p>
<p>03 - Remoto (05/06, quarta-feira) N Freitas</p> <p>O PAPEL DA LIDERANÇA NA GESTÃO DO CONHECIMENTO</p>	<p>- Gestão do Conhecimento e liderança</p>	<p>- Explicação teórica-dialogada</p> <p>- Exercícios individuais e em grupo.</p>	<p>NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. 4. ed. Rio de Janeiro : Campus, 1997. 358 p. Cap. 3 (Teoria da Criação do Conhecimento Organizacional)</p> <p>NONAKA, Ikujiro; KONNO, Noboru. The concept of “Ba”: Building a foundation for knowledge creation. California management review, v. 40, n. 3, p. 40-54, 1998.</p> <p>BESEN, Fabiana; TECCHIO, Edivandro; FIALHO, Francisco Antônio Pereira. Liderança autêntica e a gestão do conhecimento. Gestão & Produção, v. 24, n. 1, p. 2-14, 2017.</p> <p>GIRARDI, Dante; DE SOUZA, Irineu Manoel; DE FREITAS GIRARDI, Júlia. O processo de liderança e a gestão do conhecimento organizacional: as práticas das maiores indústrias catarinenses. Revista de Ciências da Administração, v. 14, n. 32, p. 65-76, 2012.</p>
<p>04 - Presencial (06/06, quinta-feira) N Patrícia</p> <p>COMO (E COM QUEM) SOU O LÍDER QUE SOU?</p>	<p>- A liderança como processo social</p> <p>- O processo de construção da identidade de liderança</p> <p>- Importância do autoconhecimento para a prática de liderança</p>	<p>- Seminário a partir dos textos lidos</p> <p>- Exercícios individuais e em grupo</p> <p>- Resenha individual</p>	<p>Leituras Básicas:</p> <p>MISCENKO, Darja; GUENTER, Hannes; DAY, David V. Am I a leader? Examining leader identity development over time. The Leadership Quarterly, v. 28, n. 5, p. 605-620, 2017.</p> <p>KOMIVES, S. R.; OWEN, J. E.; LONGERBEAM, S.D.; MAINELLA, F. C.; OSTEEN, L.. Developing a Leadership Identity: A</p>

			<p>Grounded. <i>Journal of College Student Development</i>, v. 46, n. 6, p. 593-611, 2005.</p> <p><u>Leitura Complementar:</u> DeRUE, D. S.; ASHFORD, S. J.. Who Will lead and Who Will follow? A social process of leadership identity construction in organizations. <i>Academy of Management Review</i>, 2010. Vol. 35, n° 4, 627-647</p> <p>EPITROPAKI, O., <i>et al.</i>, Leadership and followership identity processes: A multilevel review, <i>The Leadership Quarterly</i> (2016), http://dx.doi.org/10.1016/j.leaqua.2016.10.003</p> <p>CABRAL, P. M. F.; SEMINOTTI, N.. A Dimensão Coletiva da Liderança. <i>Caderno IHU Idéias – UNISINOS</i>. São Leopoldo, ano 7, n. 120, 2009.</p>
<p>07 -- Presencial (12/06, quarta-feira) N Freitas</p> <p>O QUÃO ESTOU PRONTO PARA DECIDIR EM AMBIENTES VOLÁTEIS?</p>	<p>- Tomada de Decisão em ambientes voláteis.</p>	<p>- PPT/vídeo de apoio - Webconferência - Trabalho em grupos virtuais;</p>	<p><u>Leitura Básica:</u> SCHOEMAKER, Paul JH; HEATON, Sohvi; TEECE, David. Innovation, dynamic capabilities, and leadership. <i>California Management Review</i>, v. 61, n. 1, p. 15-42, 2018.</p> <p>AHERN, Susannah; LOH, Erwin. Leadership during the COVID-19 pandemic: building and sustaining trust in times of uncertainty. <i>BMJ Leader</i>, p. leader-2020-000271, 2020.</p> <p><u>Leitura Complementar:</u> DEMIRCIOGLU, Mehmet Akif; VAN DER WAL, Zeger. Leadership and innovation: what's the story? The relationship between leadership support level and innovation target. <i>Public Management Review</i>, v. 24, n. 8, p. 1289-1311, 2022</p>

<p>05 - Remoto (12/06, quinta-feira) N Patricia</p> <p>O QUÃO HÁBIL SOU PARA ADMINISTRAR CONFLITOS E DESENVOLVER PESSOAS?</p>	<p>- Liderança e gestão de conflitos</p> <p>- Feedback e sistemas de avaliação</p>	<p>- Explicação teórica-dialogada</p> <p>- Exercícios individuais e em grupo.</p>	<p>Leituras Básicas: BABALOLA, Mayowa T. et al. The relation between ethical leadership and workplace conflicts: The mediating role of employee resolution efficacy. <i>Journal of Management</i>, v. 44, n. 5, p. 2037-2063, 2018.</p> <p>BUCKINGHAM, Marcus; GOODALL, Ashley. A Falácia do feedback. <i>HBR</i>, Março/2019. https://hbr.org/2019/03/the-feedback-fallacy</p> <p><u>Leitura Complementar:</u> CABRAL, P. M. F.. Processos Conversacionais e ética nas organizações. Ebook. Ed. Unisinos, 2017</p> <p>THEEBOOM, T., BEERSMA, B., & VAN VIANEN, A. E. M.. Does Coaching work? A Meta-Analysis on the Effects of Coaching on Individual Level Outcomes in an Organizational Context. <i>Journal of Positive Psychology</i>, 2014, 9(1), 1–18.</p> <p>FUSCH, Patricia I. et al. Leadership and conflict resolution on the production line. <i>International Journal of Applied Management and Technology</i>, v. 14, n. 1, p. 7, 2015.</p>
<p>07 -- Remoto (13/06) quinta-feira) N Freitas</p> <p>LIDERANÇA E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL</p>	<p>- Os desafios do líder na era digital</p> <p>- Gestão de Equipes Virtuais</p>	<p>- Explicação teórica-dialogada</p> <p>- Atividade em grupo: Como se preparar para os desafios da liderança na Era Digital?</p>	<p>ANCONA, D. Five Rules for Leading in a Digital World. <i>MIT Sloan Management Review</i>, v. 61, n. 1, p. 1-4, 2019.</p> <p>FREITAS JUNIOR, J. C.S.; CABRAL, P. M. F. ; BRINKHUES, R. A. ; SANTOS, S. K. . Transformação Digital e suas Implicações para as Lideranças: Estudos de Casos Múltiplos no Varejo. In: XLVI Encontro da ANPAD, 2022, online.</p> <p>LARJOVUORI, R., BORDI, L., HEIKKILA-TAMMI, K., & Assoc</p>

			<p>Comp Machinery. (2018). Leadership in the digital business transformation (WOS:000460473700024). 212–221. https://doi.org/10.1145/3275116.3275122</p> <p>KANE, G. C., PHILLIPS, A. N., COPULSKY, J., & ANDRUS, G. (2019). How digital leadership is (n't) different. <i>MIT Sloan Management Review</i>, 60(3), 34-39.</p>
<p>08 - Remoto (19/06, quarta-feira) N Patrícia (RE)CONHEÇO AS SOMBRAS DA LIDERANÇA E SEUS IMPACTOS?</p>	<p>- Carisma e Narcisismo em Liderança - A Liderança Tóxica - Liderança Abusiva</p>	<p>- Explicação teórica-dialogada - Exercícios individuais e em grupo.</p>	<p>Leitura Básica: PADILLA, HOGANE KAISER. The toxic triangle: Destructive leaders, susceptible followers, and conducive environments <i>The Leadership Quarterly</i> 18 (2007) 176–194.</p> <p>MILOSEVIC, Ivana; MARIC, Stefan; LONČAR, Dragan. Defeating the toxic boss: the nature of toxic leadership and the role of followers. <i>Journal of Leadership & Organizational Studies</i>, v. 27, n. 2, p. 117-137, 2020.</p> <p>RUGG-GUNN, Mike. Why Charismatic Leaders are not always the answer... Human Asset Development International Limited - HADIL. UK, 2011.</p> <p><u>Leitura Complementar:</u> TEPPER, Bennett J. Abusive supervision in work organizations: Review, synthesis, and research agenda. <i>Journal of management</i>, v. 33, n. 3, p. 261-289, 2007.</p> <p>Lifting the smoke screen off of Abusive Leaders – in: https://www.tandemspring.com/the-cost-of-abusive-leadership/</p> <p>ANTONAKIS, John; FENLEY, Marika; LIECHTI, Sue. Learning Charisma. <i>Harvard Business Review</i>, jun2012. p.. 127-130.</p>

<p>09 -- Presencial (20/06) quinta-feira) N Freitas LIDERANÇA E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL</p>	<p>- Os desafios do líder na era digital - Gestão de Equipes Virtuais</p>	<p>- Explicação teórica-dialogada - Atividade em grupo: Como se preparar para os desafios da liderança na Era Digital?</p>	<p>ANCONA, D. Five Rules for Leading in a Digital World. MIT Sloan Management Review, v. 61, n. 1, p. 1-4, 2019.</p> <p>VAN WART, M., ROMAN, A., WANG, X., & LIU, C. Operationalizing the definition of e-leadership: identifying the elements of e-leadership. International Review of Administrative Sciences, 85(1), 80-97, 2019</p> <p>FREITAS JUNIOR, J. C.S.; CABRAL, P. M. F. ; BRINKHUES, R. A. ; SANTOS, S. K. . Transformação Digital e suas Implicações para as Lideranças: Estudos de Casos Múltiplos no Varejo. In: XLVI Encontro da ANPAD, 2022, online.</p> <p>KANE, G. C., PHILLIPS, A. N., COPULSKY, J., & ANDRUS, G. (2019). How digital leadership is (n't) different. MIT Sloan Management Review, 60(3), 34-39.</p>
<p>09 --Remoto (03/07, quarta-feira) N</p>	<p>- DESAFIOS DA LIDERANÇA (15ª Ed),</p>		<p>- Conferência</p>
<p>10 - Remoto (04/07, quinta-feira) N Patrícia e Freitas QUAL O LEGADO DA MINHA OBRA?</p>	<p>- Autoconhecimento, Propósito e Liderança</p>	<p>- Metodologias Ativas</p>	<p>Leituras: BOYATZIS, Richard E. et al. Developing resonant leaders through emotional intelligence, vision and coaching. Organizational Dynamics, v. 42, n. 1, p. 17-24, 2013.</p> <p>ALI, Riaz; KASHIF, Muhammad. O papel da liderança ressonante, da amizade no local de trabalho e da cultura de atendimento na previsão do comprometimento: o papel mediador da organização no trabalho. Revista Brasileira de Gestão de Negócios , v. 22, p. 799-819, 2020.</p>

			<p>BOYATZIS, Richard; MCKEE, Anne. <i>O Poder da Liderança Emocional</i>. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.</p> <p>KEMPSTER, S.; JACKSON, B.; CONROY, M.. Leadership as purpose: Exploring the role of purpose in leadership practice. <i>Leadership</i> 2011 7: 317. DOI: 10.1177/1742715011407384. (Acesso online: http://lea.sagepub.com/content/7/3/317)</p>
--	--	--	---

METODOLOGIA

Aulas sustentadas numa aprendizagem teórica-vivencial, de caráter sistêmico e interdisciplinar, em ambiente presencial ou remoto. A leitura prévia dos textos indicados é fundamental para o aproveitamento dos encontros, tendo em vista que um dos objetivos principais da Unidade Temática é a discussão aprofundada dos temas em questão, nos distintos espaços de aprendizagem. O protagonismo do aluno na participação/construção das aulas (presenciais ou remotas) é a base para o processo de aprendizagem individual e coletivo.

AVALIAÇÃO

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

Trabalhos em Grupo = 4,0

Trabalhos individuais = 5,0

Participação qualificada em aula = 1,0

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

BURKE, Shawn; STAGL, Kevin C.; KLEIN, Cameron; GOODWIN, Gerald F.; SALAS, Eduardo; HALPIN, Stanley M. What type of leadership behaviors are functional in teams? A meta-analysis. *The Leadership Quarterly*, [s. l.], v. 17, p. 288-307, 2006.

CHARAN, Ram. **O líder criador de líderes**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DE VRIES, M. Kets. **Reflexões sobre caráter e liderança**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

DeRUE, D. S.; ASHFORD, S. J. Who will lead and who will follow? A social process of leadership identity construction in organizations. **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 35, n. 4, p. 627-647, 2010.

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

PADILLA, A.; HOGAN, R.; KAISER, R. The toxic triangle: destructive leaders, susceptible followers, and conducive environments. **The Leadership Quarterly**, [s. l.], v. 18, 176-194, 2007.

RUGG-GUNN, Mike. **Why charismatic leaders are not always the answer...** [S. l.]: Human Asset Development International Limited (HADIL), 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ANTONAKIS, John; FENLEY, Marika; LIECHTI, Sue. Learning charisma. **Harvard Business Review**, [s. l.], p. 127-130, June 2012.

BENNIS, W. *et al.* **O futuro da liderança**. São Paulo: Futura, 2001.

LE BOTERF, G. **Desenvolvendo a competência dos profissionais**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

CABRAL, Patrícia Martins Fagundes; SEMINOTTI, Nedio. **Competências de liderança e competências gerenciais: um olhar dialógico**. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 23., 2009, São Paulo. Anais do XXXIII Encontro da ANPAD - EnANPAD 2009. Maringá: ANPAD, 2009. p. 1-11. Disponível: https://arquivo.anpad.org.br/abrir_pdf.php?e=MTA5Njc=. Acesso em: 21 janeiro 2021.

CAPRA, Fritjof. **As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável**. São Paulo: Cultrix-Amana Key, 2002.

DE VRIES, Manfred Kets. **Global executive leadership inventory**. New Jersey: Pfeiffer, 2005.

LAPIERRE, Laurent. **Imaginário e liderança: na sociedade, no governo, nas empresas e na mídia**. São Paulo: Atlas, 1995.

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

SANDBERG, J.; TARGAMA, A. **Managing understanding in organization**. London: Sage, 2007.

TOOR, Shamas-ur-Rehman; OFORI, George. (2010). Positive Psychological Capital as a Source of Sustainable Competitive Advantage for Organizations. **Journal of Construction Engineering and Management**. 136. 341-352. 10.1061/(ASCE)CO.1943-7862.0000135.

WHEATLEY, Margaret J. **Liderança em tempos de incerteza**. São Paulo: Cultrix, 2006.

WHITE, Joseph. **A natureza da liderança**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007

IDENTIFICAÇÃO**Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios**Nível: Mestrado DoutoradoDisciplina: **Métodos Quantitativos**

Semestre: 2024/1

Carga horária: 30h Créditos: 02

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104400

Professor: Prof. Dr. Ivan Lapuente Garrido

EMENTA

Estudos básicos sobre estatística. Relação entre estatística e método científico. Estatística Básica (Univariada): Descritiva, Probabilidade, Amostragem, Estimação, Testes de Hipóteses (Paramétricos e Não Paramétricos), (Bivariada) Correlação e Regressão Linear e Não-Linear. Planejamento e análise de experimentos aplicados à Engenharia de Produção. Estatística Multivariada: ANOVA E MANOVA, Análise Discriminante, Análise Conjunta, Análise de Fatores, Análise de Conglomerados, Análise de Escolha Discreta, Análise de Sobrevivência, Regressão Logística, Análise de Regressão Múltipla, Redução Multidimensional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Encontros	Temas	Método aula
01 10/05 PRESENCIAL (19 ÀS 22)	Variáveis, Estatística Descritiva, Amostras e Populações, Medidas de Tendência Central, Erro amostral e erro de amostragem, Distribuição Normal e Medidas de Dispersão.	Aula Expositiva SLIDES I
02 17/05 ONLINE (19 ÀS 22)	Probabilidade e Intervalos de confiança SLIDES II	Aula Expositiva SLIDES II VIDEO INTERVALO DE CONTIANÇA
03 07/06 ONLINE (14 ÀS 17)	Testes de hipótese e significância estatística	Aula Expositiva SLIDES III COMENTADOS VÍDEO HIPOTEESES_SIGNIFICANCIA TRABALHO EM GRUPO I (20%)
04 07/06 ONLINE (19 ÀS 22)	Correlação, Diferenças Média e Anova	SLIDES IV COMENTADOS EXERCÍCIOS COMENTADOS Exercício_Correlação Teste t independente

		Teste t_pareado Anova
05 e 06 14/06 (14 ÀS 17) ONLINE 21/06 (14 ÀS 17) PRESENCIAL	Análise fatorial	Slides V 01 Aula Expositiva 01 Aula Exercícios Exercícios Gravados AFE I; AFE II II TRABALHO EM GRUPO (20%)
07 e 08 05/07 (14 ÀS 17) PRESENCIAL 06/07 (09 ÀS 12) PRESENCIAL	Análise de Regressão	Slides VI 01 Aula Expositiva 01 Aula Exercícios Exercícios Gravados
09 12/07 (14 ÀS 17) ONLINE	Escala	Slides Gravados 01 Aula Expositiva 01 Aula Exercícios Exercícios Gravados III TRABALHO EM GRUPO (30%)
10 13/07 (09 ÀS 12) ONLINE	Prova Individual	Trabalho final (30%)

METODOLOGIA

Aulas Expositivo-dialogadas e realização de exercícios e casos.

AVALIAÇÃO

Prova Individual (30%)

TRABALHO EM GRUPO I (20%)

TRABALHO EM GRUPO II (20%)

TRABALHO EM GRUPO III (30%)

BIBLIOGRAFIA

DANCEY, Christine P.; REIDY, John. **Estatística sem matemática para psicologia**: usando SPSS para Windows. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008. (Biblioteca Artmed. Métodos de pesquisa).

FIELD, Andy P. **Descobrimdo a estatística usando o SPSS**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Sistemas de Informações Gerenciais**

Semestre: 2023/1

Carga horária: 15h Créditos: 01

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104402

Professor: Prof. Dr. Ivan Lapuente Garrido

Prof. Dr. José Carlos da Silva Freitas Junior

EMENTA

Definição e Estrutura dos Sistemas de Informação e seu papel no suporte, operação e gestão das organizações. Monitoramento e controle do progresso da organização no rumo traçado por sua estratégia, através da identificação, seleção, formatação e uso da tecnologia da informação na gestão de negócios, no subsídio aos processos de tomada de decisão; controle; sinalização; educação e aprendizado; e comunicação externa. Identificação, Seleção, e implementação de Indicadores de Desempenho para a construção de sistemas de informação gerencial como instrumentos de pilotagem organizacional, representando a integração entre os mecanismos de gestão estratégica, tática e operacional de empresas. A ciência da computação e do tratamento da informação na implementação dos conceitos de feedback cibernético.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- A tecnologia da informação como capital tecnológico. A mobilização da TI nas atividades da cadeia de valor. A TI como elemento “make money” e “save money” na cadeia de valor das organizações. ROI e payback de investimentos em TI nas organizações.
- Sistemas de indicadores.
- Desdobramento da estratégia para as áreas de apoio – alinhamento estratégico da tecnologia da informação.
- Evolução dos Sistemas Integrados de Gestão – ERP e seus novos formatos nos conceitos de nuvem, SAAS e sistemas de gestão contemporâneos. Best Practices em Processos de Negócio. Aplicações de BPM - Business Process Management. Construção e aplicações de BI - Business Intelligence nas organizações. Exploração de situações em um CASE de aplicação de BI para situações what-if em uma organização de mercado.

- Technology trends – Gartner Group. Indústria 4.1. Mobile computing, cloud computing, internet of everything, computação social, conectividade universal e seus impactos nas organizações. Smart machines.

METODOLOGIA

Serão aulas expositivo dialogadas. Além da leitura, cada aluno deverá trazer três pontos para serem debatidos, podendo ser questões sobre os materiais disponibilizados.

AVALIAÇÃO

A avaliação se dará sob dois prismas:

- a) 50% participação do aluno em aula (presença e envolvimento – avaliação subjetiva do professor)
- b) 50% realização do estudo aplicado proposto no encontro 4.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DUCLÓS, L. C.; SANTANA, V. L. **Ciclo estratégico da informação**: como colocar a TI no seu devido lugar. Curitiba: Editora Champagnat, 2009.

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

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

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

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

LAUDON, Kennet C.; LAUDON, Jane P. **Sistemas de informação gerenciais**. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

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

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

STAIR, Ralph M.; REYNOLDS, George W. **Princípios de sistemas de informação**: uma abordagem gerencial. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARANYOSSY, M. How to measure business value of information systems? Practical Implications of a literature review. **International Journal of Advanced Research in Computer and Communication Engineering**, [s. l.], v. 3, n. 11, p 8403-8409, 2014.

DAVENPORT, T. H.; SHORT, J. E. The new industrial engineering: information technology and business process redesign. **MIT Sloan Management Review**, [s. l.], v. 31, n. 4, p. 11-27, summer 1990.

GOLDRATT, Elyiahu M. **A síndrome do palheiro**: garimpando informação num oceano de dados. São Paulo: IMAM, 1991.

HAECKEL, Stephan H.; NOLAN, Richard L. Managing by wire. *In*: GILMORE, James H.; PINE II, B. Joseph. **Markets of one**: creating customer-unique value through mass customization. Boston: Harvard Business Review Book, 2000. p. 167-184.

ROCKART, John F. Chief executives define their own data needs. **Harvard Business Review**, Boston, v. 57, n. 2, p. 81-93, Mar./Apr. 1979.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Tópicos Especiais em Gestão e Negócios I - Estratégias para Inovação e Sustentabilidade**

Semestre: 2024/1

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 107419_T30

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 on Platforms. MIT Sloan Management Review , v. 62, n. 3, p. 22-	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 plataformas adotam? – Quais são os fatores-chave de sucesso em

		<p>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>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>IANSITI, 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</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</i></p>

		for Business. MIT Sloan Management Review , v. 62, n. 3, p. 48-54, 2021. 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.	<i>aprendidas com a primeira geração de aplicativos blockchain?</i> 4 – Por que os profissionais de marketing deveriam considerar o uso de NFTs?
05	Propósito e Sustentabilidade	GERADTS, T. H. J.; BOCKEN, N. M. P. Driving Sustainability-Oriented Innovation. MIT Sloan Management Review , v. 60, n. 2, p. 78-83, 2018. 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. ANTHOHY, S. D. The Hidden Opportunity in Paradoxes. MIT Sloan Management Review , v. 65, n. 2, p. 28-33, 2024.	1 – Por que colocar o propósito no centro da estratégia? 2 – Como motivar funcionários a buscar inovações que promovam sustentabilidade? 3 – O dilema da sustentabilidade versus lucratividade é verdadeiro? 4 – Como lidar com o paradoxo de manter o propósito sem afetar a lucratividade?

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: **Tópicos Especiais em Gestão e Negócios II – Estágio de Docência**

Semestre: 2024/1

Carga horária: 30h Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: 107420_T05

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

EMENTA

Atividade curricular facultada aos alunos do Programa Profissional em Gestão e Negócios. Visa propiciar a experiência de elaboração e de execução de um plano de atividades em uma disciplina de Graduação, sob a supervisão do professor orientador.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

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

METODOLOGIA

Elaboração de um plano de atividades, em conjunto com o professor orientador, para ser ministrado numa disciplina de Graduação.

AVALIAÇÃO

Preenchimento do Relatório Final do Estágio de Docência pelo aluno, pelo professor da disciplina e pelo professor orientador.

BIBLIOGRAFIA

Definida de acordo com a natureza do plano elaborado pelo aluno.