

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: ☐ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Inovação e Negócios Sustentáveis**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15 Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121601

Professor: Prof. Dr. Alsones Balestrin

EMENTA

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Bases da Inovação

Questão orientadora: Como uma empresa pode se tornar inovadora de forma sustentável ao longo do tempo?

Gestão da Inovação

Questão orientadora: Como implementar processos de gestão da inovação nas organizações?

Inovação, Governança e Estratégia

Questão Orientadora: Qual o papel da governança corporativa e dos Boards na inovação

Inovação, Governança e Estratégia

Como Inovar nos processos clássicos de inovação?

Inovação, Governança e Estratégia

Como criar novos modelos de negócios para a inovação sustentável?

METODOLOGIA

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

A cada aula serão designados alunos para textos e cases. A apresentação deverá estimular o questionamento, o esclarecimento de dúvidas e o debate de ideias. A apresentação deverá ser

planejada de forma a ocupar entre 20 e 30 minutos e apresentar a seguinte estrutura: a) Apresentar qual o problema da empresa, quais as soluções adotadas e a contribuição nos resultados; b) Apresentar qual a base teórica adotada; c) Complementar a sua apresentação com outras informações relacionadas ao caso/texto.

AVALIAÇÃO

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

Avaliação Final: 50%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

SALTER, A.; ALEXY, O. The Nature of Innovation. In: DOGDGSON, M.; GANN, D. M.; PHILLIPS, N. The Oxford Handbook of Innovation Management. Oxford, Oxford University Press. 2015. (Cap. 2)

VOLKMER MARTINS, B. , FACCIN, K., MOTTA, G. DA S., BERNARDES, R.,
BALESTRIN, A. Evolução e tendências da agenda de pesquisa internacional em inovação. RAE-
Revista de Administração de Empresas, v.59, n.4, p.293-307, 2019

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

BARCZAK, G.; KAHN, K. Identifying new product development best practice. Business Horizons,
V. 55, 293—305, 2012.

COOPER, R. Perspective: The Stage-Gates Idea-to-Launch Process — Update, What’s New, and
NexGen Systems. The Journal of product innovation management. V. 25, p. 213–232, 2008.

ASENSIO-LÓPEZ, D.; CABEZA-GARCÍA, L.; GONZÁLEZ-ÁLVAREZ, N. Corporate
governance and innovation: a theoretical review, European Journal of Management and Business
Economics, 28(3), 266-284, 2019.

LINDA A. HILL ; GEORGE DAVIS. The Board’s New Innovation Imperative. November–
December, Harvard Business Review, n.3, 2017.

Leitura básica:

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

- MARTINS, B. V.; FACCIN, K.; ESPINDULA, E.; BALESTRIN, A. Understanding innovation ecosystems: a biomimetic approach. *Revue internationale d'intelligence économique*, v. 11, p. 11-29, 2019.
- BOONS, F. A.; LÜDEKE-FREUND, F. Business models for sustainable innovation: state- of-the-art and steps towards a research agenda. *Journal of Cleaner Production*, v.45, p. 9-19, 2013.
- TEECE, D. J. Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*, 43, 172-194, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- OECD/Eurostat (2019), Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg.
- NAGANO, M. S.; STEFANOVITZ; J. P.; VICK, T. E.. Innovation management processes, their internal organizational elements and contextual factors: An investigation in Brazil. *J. Eng. Technol. Manage.* V.33, p. 63-92, 2014.
- YO-JUD CHENG; BORIS GROYSBERG. Innovation Should Be a Top Priority for Boards. So Why Isn't It? September 21, 2018.
- GRÖNLUND, J; SJÖDIN, D. R.; FRISHAMMAR, J. Open Innovation and the Stage-Gate Process: a revised model for new product development. *California Management Review*, v.52, n.3, Spring 2010.
- NAMBISAN, S.; LYYTINEN, K.; YOO, Y. Digital innovation: towards a transdisciplinary perspective, Cap. 1, Introduction. IN: NAMBISAN, A.; KEITHLEY, N. KEITHLEY, J. *Handbook of Digital Innovation*, E- Elgar, 2020.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: ☐ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Movimentos de Mercado e Estratégias de Marketing**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15 Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121603

Professor: Prof. Dr. Gabriel Sperandio Milan

EMENTA

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Introdução e Contextualização ao Marketing

A Organização de Marketing e Performance

Customer Value Proposition

Marketing Metrics – Interface Marketing e Finanças

Market System Dynamics (Formação de Mercados)

METODOLOGIA

Aula expositivo- dialogada

AVALIAÇÃO

Seminário (Aula 5) – 70%

Participação nas aulas – 30%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- KUMAR, V. Evolution of marketing as a discipline: what has happened and what to look out for. *Journal of Marketing*, v. 79, n. 1, p. 1-9, 2015.
- MOORMAN, C.; DAY, G. S. Organizing for marketing excellence. *Journal of Marketing*, v. 80, n. 6, p. 6-35, 2016.
- FRAMBACH, R. T.; FISS, P. C.; INGENBLEEK, P. T. M. How important is customer orientation for firm performance? A fuzzy set analysis of orientations, strategies, and environments. *Journal of Business Research*, v. 69, p. 1.428-1.436, 2016.
- SHETH, J. N. Customer value propositions: value co-creation. *Industrial Marketing Management*, v. 87, n. 3, p. 1-4, 2019.
- EDELING, A.; SRINIVASAN, S.; HANSSENS, D. M. The marketing-finance interface: a new integrative review of metrics, methods, and findings and an agenda for future research. *International Journal of Research in Marketing*, v. 38, n. 4, p. 857-876, 2021.
- RUST, R. T.; MOORMAN, C.; BHALLA, G. Rethinking marketing. *Harvard Business Review*, v. 88, n. 1/2, p. 94-101, 2010.
- ASKEGAARD, S.; LINNET, J. T. Towards an epistemology of consumer culture theory: phenomenology and the context of context. *Marketing Theory*, v. 11, n. 4, p. 381-404, 2011.
- GIESLER, M.; FISCHER, E. Market system dynamics. *Marketing Theory*, v. 17, p. 1-6, 2017.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- FENG, H.; MORGAN, N. A.; REGO, L. L. Marketing department power and firm performance. *Journal of Marketing*, v. 79, n. 1, p. 1-9, 2015.
- MU, J.; BAO, Y.; SEKHON, T.; QI, J.; LOVE, E. Outside-in marketing capability and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 75, 37-54, 2018.
- DI BENEDETTO, C. A.; KIM, K. H. Customer equity and value management of global brands: bridging theory and practice from financial and marketing perspectives. Introduction to a *Journal of Business Research Special Section*. *Journal of Business Research*, v. 69, n. 9, p. 3.721-3.724, 2016.
- WIESEL, T.; SKIERA, B.; VILLANUEVA, J. Customer equity: an integral part of financial reporting. *Journal of Marketing*, v. 72, n. 2, p. 1-14, 2008.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: ☐ Mestrado ☒ Doutorado

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

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15 Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121612

Professor: prof. Dr. Gabriel Sperandio Milan

EMENTA

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Introdução: contextualização sobre a produção de artigos profissionais ou tecnológicos. Apresentação de exemplos e discussão acerca dos diferentes focos de produções tecnológicas.

Técnicas, características e critérios relevantes. Apresentação do tema, do contexto e dos objetivos do estudo e estruturação inicial para o artigo tecnológico a ser desenvolvido pelos grupos de trabalho.

Atualização e dúvidas a respeito do desenvolvimento do artigo tecnológico.

Apresentação do artigo tecnológico e socialização dos resultados e da experiência inerente ao processo de desenvolvimento do artigo tecnológico.

METODOLOGIA

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

AVALIAÇÃO

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

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

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

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

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

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

MOTTA, G. S. (2016). Editorial: tecnologia sem ciência? **TAC – Tecnologias de Administração e Contabilidade**, v. 6, n. 1, p. 1-2, 2016.

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

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

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

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: ☐ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Oficina de Elaboração de Estudos de Casos**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121637

Professor: Profa. Dra. Kadigia Faccin

EMENTA

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

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

OBJETIVOS

- Reconhecer Casos de Ensino como alternativas pedagógicas para diferentes capacitações em sala de aula ou em organizações.
- Reconhecer como potenciais dilemas da vida de praticante podem ser utilizados para construção de casos de ensino.
- Escrever um caso de ensino para publicação.
- Catalogar casos de ensino para a base de dados da EGN.

METODOLOGIA

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

AVALIAÇÃO

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

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

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

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

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

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

KENNEDY SCHOOL OF GOVERNMENT. **Learning by Case Method**. [S. l.]: Case Program, ano. Disponível em: https://case.hks.harvard.edu/content/1136_0.pdf.

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

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

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

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

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: ☐ Mestrado ☒ Doutorado

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

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15 Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121610

Professor: Profa. Dra. Patrícia Martins Fagundes Cabral

EMENTA

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Apresentações e acordos para a Oficina
- Diferenças básicas entre os processos de coaching e de mentoring
- Pilares técnicos e éticos da abordagem do coaching nas organizações
- O coaching em ambiente remoto: possibilidades e limitações
- Pressupostos da Mentoria
- Possibilidades práticas da mentoria nas organizações
- Etapas de um processo de mentoria
- Seminário de apresentação e discussão dos casos práticos: os processos de coaching e mentoring conduzidos pelos alunos
- Vivências como coach e como mentor
- Supervisão da prática: o Ciclo da Aprendizagem Vivencial
- Apresentação dos resultados dos de coaching e mentoring conduzidos pelos doutorandos
- Integração e síntese das aprendizagens vivenciadas

METODOLOGIA

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

AVALIAÇÃO

Participação nas aulas e nas supervisões individuais: 4,0

Condução dos processos e entrega dos relatórios: 6,0

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

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

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

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

JEEVAN JYOTI; Poonam Sharma. Exploring the Role of Mentoring Structure and Culture between Mentoring Functions and Job Satisfaction: A Study of Indian Call Centre Employees, *Vision*, 19(4) 336–348 (2015) MDI SAGE Publications sagepub.in/home.nav

JEEVAN JYOTI; Poonam Sharma. Empirical investigation of a moderating and mediating variable in between mentoring and job performance: A structural model. *Journal of Work and Organizational Psychology* 33 (2017) 55–67. <http://dx.doi.org/10.1016/j.rpto.2017.01.002> 1576-5962/© 2017 Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid.

KUO-YANG KAO, Altovise Rogerb, Christiane Spitzmueller, Mi-Ting Lin Chun-Hung Lin. Who should serve as my mentor? The effects of mentor's gender and supervisory status on resilience in mentoring relationships. *Journal of Vocational Behavior* 85 (2014) 191–203.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

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

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

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: ☐ Mestrado ☒ Doutorado

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

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15 Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121606

Professor: Prof. Dr. Jorge Verschoore

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

Apresentação

Redes de Cooperação

Programa Redes de Cooperação

Governo do Estado do Rio Grande do Sul.

Avaliação da operação do Programa Redes de Cooperação

Apresentação do Relatório de avaliação da operação do Programa Redes de Cooperação

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ANTUNES, Junico; BALESTRIN, Alsones & VERSCHOORE, Jorge. Práticas de Gestão de Redes de Cooperação. São Leopoldo, Ed. Unisinos, 2010.

BALESTRIN, Alsones & VERSCHOORE, Jorge. Redes de Cooperação Empresarial. Estratégias de gestão na nova economia. Porto Alegre, Ed. Bookman, 2016.

KLEINDORFER, Paul R. & WIND, Yoram Jerry; GUNTHER, Robert E. O desafio das redes. Porto Alegre, Ed. Bookman, 2012.

VERSCHOORE, Jorge. Redes de Cooperação: uma nova organização de pequenas e médias empresas no Rio Grande do Sul. Porto Alegre, Ed. FEE, 2004.

WEGNER, Douglas. Redes, Alianças e Parcerias: Ferramentas e práticas para a gestão da cooperação empresarial. Ed. Exclamação, 2021.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: ☐ Mestrado ☒ Doutorado

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

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15 Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121608

Professor: Prof. Dr. Luís Felipe Maldaner

EMENTA

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Serão tratados um conjunto de informações, trazendo os conceitos atuais do desenvolvimento digital e suas consequências no mundo dos negócios. Como conteúdos especiais serão discutidos os seguintes: Relacionamento Universidade – empresa: Ecossistemas de inovação; Modelos de aceleração. Para essas discussões serão convidados palestrantes que atuam na área. A atividade ocorrerá da seguinte forma: Os alunos serão divididos em duplas e cada dupla vai atuar com uma startup que serão apresentadas no primeiro dia de aula. Após essa apresentação os alunos farão a distribuição das startups entre si, e a partir desse primeiro encontro, cada dupla fará a agenda de interação diretamente com a startup escolhida. Mensalmente teremos encontros de avaliação e acompanhamento do processo entre a dupla de alunos e cada uma das startups.

OBJETIVOS

Capacitar os alunos sobre o tema da tecnologia e seus ambientes, mais especificamente, sobre o surgimento das startups, e a forma como essas empresas nascentes atuam no mercado. Este projeto de intervenção para a turma de Doutorado Profissional 2022, tem por objetivo geral levar os doutorandos a uma interação com um ambiente de inovação, mais especificamente, com uma

Incubadora. Trata-se, então, da Incubadora UNITEC, que integra o Tecnosinos, Parque Tecnológico de São Leopoldo, situado junto ao campus da Unisinos São Leopoldo.

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

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

METODOLOGIA

AVALIAÇÃO

- Participação nas discussões a partir dos conteúdos e relatos apresentados e discutidos com os colegas.
- Ao final da disciplina os alunos deverão apresentar o resultando da sua atividade de interação com a Startup selecionada, no último encontro. Além dessa apresentação será solicitado à cada dupla um artigo que descreva as atividades desenvolvidas e os resultados alcançados. O trabalho deverá ter o formato de um artigo tecnológico (ver: <https://www.scielo.br/j/rac/a/9fWvtsnTR6nNGNtn4MM7Z3h/?lang=pt>).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

SAMUEL ANKRAH & OMAR AL-TABBAA. **Universities—industry collaboration: A systematic review.** Scandinavian Journal of Management. Volume 31, Issue 3, September 2015, Pages 387-408.

DANIEL PEDRO PUFFAL, JANAÍNA RUFFONI & PAOLA RÜCKER SCHAEFFER.
Características da interação universidade empresa no Brasil: motivações e resultados sob a ótica dos envolvidos. Gestão Contemporânea, Porto Alegre, edição especial, 2012

EDILEUSA GODÓI-DE-SOUSA & JOSÉ EDUARDO FERREIRA LOPES -
EMPREENDEDORISMO TECNOLÓGICO E STARTUPS UMA ANÁLISE DE CENÁRIOS NO CONTEXTO DE UNIVERSIDADES BRASILEIRAS. IX EGEPE, Passo Fundo – RS, 2016.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GALLOWAY, Scott. **Os Quatro: Apple, Amazon, Facebook e Google – o Segredo dos Gigantes da Tecnologia**, Editora HSM, São Paulo 2018.

ZENG, Ming. **Alibaba – Estratégia de Sucesso** – São Paulo – M.Books do Brasil Ltda, 2019. Sob licença de Harbard Business Review Press.

ROGERS, David. **Transformação Digital – Repensando o seu Negócio para a Era Digital.** Editora Autêntica Business, São Paulo, 2019;

PARKER, Geoffrey G., VAN ALSTYNE, Marshall W., CHOUDARY, Sangeet Paul.
PLATAFORMA – A Revolução da Estratégia. Rio de Janeiro. Alta Books Editora. 2018.

SAMPAIO, Rafael. **A Vantagem Digital: Um Guia Prático para a Transformação Digital**, Editora Alta Books, Rio de Janeiro, 2018.

STREIBICH, Karl- Heinz. **The Digital Enterprise: The Moves and Motives of the Digital Leaders**, Software AG, Germany, 2014.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: ☐ Mestrado ☒ Doutorado

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

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15 Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121600

Professor: Profa. Dra. Patrícia Martins Fagundes Cabral

EMENTA

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Contextualização da Gestão de Pessoas na pesquisa e na prática
- Formação das Duplas para atividade a ser iniciada na próxima aula.
- Tendências em Gestão de Pessoas no contexto (pós)pandêmico
- Vínculos e Sustentabilidade Organizacional
- Gestão de Pessoas 4.0
- Apresentação de Situações Problemas em Gestão de Pessoas
- Apresentações das Soluções em Gestão de Pessoas
- Síntese integradora da disciplina.

METODOLOGIA

Encontros sustentados numa aprendizagem teórica-vivencial, de caráter sistêmico e interdisciplinar, em ambiente presencial e remoto. A leitura prévia dos textos indicados é fundamental para o aproveitamento dos encontros, tendo em vista que um dos objetivos principais da Unidade Temática é a discussão aprofundada dos temas em questão, nos distintos espaços de aprendizagem. O

protagonismo do aluno na participação/construção das aulas (presenciais ou remotas) e nos trabalhos práticos é a base para o processo de aprendizagem individual e coletivo.

AVALIAÇÃO

As formas de avaliação envolverão tanto a dimensão individual quanto a coletiva, e deverão contemplar a participação nas atividades realizadas em aula. Em princípio, estima-se: Trabalho em Dupla = 7,0 (sendo 2,5 na etapa “problema” e 4,5 na etapa “solução”); Mapa de aprendizagem = 2,0; Participação individual = 1,0

BIBLIOGRAFIA

E. M. P. G. BIANCHI, A. QUISHIDA, P. G. FORONI . Atuação do Líder na Gestão Estratégica de Pessoas: Reflexões, Lacunas e Oportunidades. RAC, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, art. 3, pp. 41-61, Jan./Fev. 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac2017150280>. DOI: 10.1590/S1679-45082014AO2888

GISELA DEMO; NATASHA FOGAÇA; ANA CAROLINA COSTA. Políticas e práticas de gestão de pessoas nas organizações: cenário da produção nacional de primeira linha e agenda de pesquisa. Cad. EBAPE.BR, v. 16, nº 2, Rio de Janeiro, Abr./Jun. 2018.p. 250 – 263. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1679-395159073> Germano Glufke Reis, Felipe Mendes Borini and Maria Tereza Leme Fleury. Drivers of human resource management competences development in Brazilian multinational subsidiaries: a multilevel research. R.Adm., São Paulo, v.49, n.3, p.519-533, jul./ago./set. 2014. DOI: 10.5700/rausp1165

HÉCTOR L. BERMÚDEZ. Perspectivas contemporáneas de la administración estratégica de recursos humanos. Cuadernos de Administracion / Universidad del Valle / Vol. 30 N° 52 / julio - diciembre de 2014. ISSN impreso N° 0120-4645 - ISSN electronico N° 2256-5078

A. CARVALHO NETO, W. A. C. DE AMORIM, A. L. FISCHER. Top Human Resources Managers Views on Trade Union Action in Brazilian Corporations. BAR, Rio de Janeiro, v. 13, n. 4, art. 2, e160066, Oct./Dec. 2016. <http://dx.doi.org/10.1590/1807-7692bar2016160066>

RICHARD VIDGEN, SARAH SHAW, DAVID B. GRANT. Management challenges in creating value from business analytics. *European Journal of Operational Research* 261 (2017) 626–639. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ejor.2017.02.023>.

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

REWRITING THE RULES FOR THE DIGITAL AGE. 2017 Deloitte Global Human Capital Trends

José Carlos da Silva Freitas Junior; Antonio Carlos Gastaud Maçada; Rafael Alfonso Brinkhues. Mobile Technologies Mediating Conflict: A Brazilian Study on the Relations Between the Use of Technology at Work and in Personal Life. (full paper) Twenty-first Americas Conference on Information Systems, Puerto Rico, 2015.

A Psychodynamic Look at Leadership Identities and Transitions. *The Annals of Psychodynamic-Systemic Practitioner Research*. Volume 1. France, INSEAD, 2016. ISBN 979-10-95870-00-5

Tania Ferraro, Leonor Pais, Nuno Rebelo Dos Santos. Decent Work: an aim for all made by all. *International Journal of Social Sciences*. Vol. IV, No. 3 / 2015. Pp 30 – 42.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: ☐ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Tópicos em Governança Corporativa**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15 Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121599

Professor: Prof. Dr. João Zani

EMENTA

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

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

Formação, desenvolvimento e evolução do capitalismo e do mundo corporativo

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

O Legado de Milton Friedman

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

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

Maximização do valor dos acionistas ou maximização do valor social.

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

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

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

OBJETIVOS

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

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

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

METODOLOGIA

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

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

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

AValiação

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

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

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

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

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

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR