

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Abordagens Metodológicas**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 30h    Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: 122732

Professor: Prof. Dr. Marcelo André Machado

## **EMENTA**

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

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Contextualização no campo de pesquisa “Gestão e Negócios” e pesquisa científica em programas profissional: a questão do Método.

Paradigmas de pesquisa no campo de gestão e negócios.

**PESQUISA QUANTITATIVA:** Definição da pesquisa quantitativa. Elementos necessários à implementação de pesquisas quantitativas. Premissas para definição de planos amostrais e coleta de dados. Alguns tipos de aplicações e análises (exemplos).

**PESQUISA QUANTITATIVA:** o método survey, o design de uma survey: etapas e procedimentos. Elaboração de questionários (estrutura, escalas e demais aspectos necessários), estruturação do banco de dados e análises.

**ABORDAGENS METODOLÓGICAS ALTERNATIVAS:**

(Grounded theory, QCA, AHP, Life stories, Etnografia, Pesquisa-ação, Revisão sistemática de literatura).

**PESQUISA QUALITATIVA – overview:**

Técnicas de Coleta: Entrevistas, Observações, Grupos (Reflexivos e Focal)

Instrumentos: roteiros, protocolos, temáticas-guia e diários

Análise de Dados Análise de Conteúdo; Análise de Discurso (individual e Coletivo; Análise Textual Discursiva.

PESQUISA QUALITATIVA:

O Paradigma Qualitativo em pesquisa

A qualidade em pesquisa qualitativa: Credibilidade, Transferabilidade, Confirmabilidade e Confiabilidade

Estratégias em Pesquisa Qualitativa

DESIGN SCIENCE RESEARCH

O MÉTODO - Discussão sobre as escolhas metodológicas para projetos de dissertação

### **METODOLOGIA**

Aulas sustentadas numa aprendizagem teórica-aplicada. A leitura prévia dos textos obrigatórios é importante para o aproveitamento dos seminários, das aulas expositivas-dialogadas e dos debates em grupo. O protagonismo do aluno na participação/construção das aulas é fundamental para o processo de aprendizagem individual e coletivo.

### **AVALIAÇÃO**

Avaliação crítica do capítulo de Método de um artigo, dissertação de mestrado ou tese de doutorado que tenha relação com seu projeto de dissertação. Apresentação e pareceres da socialização. Participação ativa e construtiva nas aulas.

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BRYMAN, A.; BELL, E. **Business research methods**. [S. l.]: Oxford University Press, 2007.

GERRING, John. **Case study research**. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University, 2007.

FLICK, Uwe. **Introdução à metodologia de pesquisa**. Porto Alegre: Penso, 2013.

GODOI C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

HAIR, J. *et al.* **Essentials of business research methods**. [S. l.]: M.E. Sharpe, 2011.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos de metodologia científica**. Petrópolis: Vozes, 1997.

KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. 9. ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.

MINAYO, M. C. de S.; DESLANDES, S. F. (org.). **Caminhos do pensamento: epistemologia e método**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2002.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SEKARAN, R.; BOUGIE, J. **Research methods for business: a skill building approach**. 5th ed. [S. l.]: John Wiley and Sons, 2009.

STAKE, Robert. **Pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Penso, 2011.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BAUER, M. W.; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BEHRENS, Marilda Aparecida. **Paradigma da complexidade: metodologia de projetos, contratos didáticos e portfólios**. Petrópolis: Vozes, 2006.

COOPER, Donald; EMORY, William. **Business research method**. Boston: Irwin McGraw-Hill, 1995.

LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2001.

MATURANA, Humberto R.; VARELA, Francisco G. **Cognição, ciência e vida cotidiana**. Belo Horizonte: UFMG, 2001.

MORIN, Edgar. **Ciência com consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

REASON, Peter; BRADBURY, Hilary. **Handbook of action research**. London: Sage, 2001.

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Gestão da Inovação**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 30h    Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104403

Professor: Prof. Dr. Alsones Balestrin

## **EMENTA**

Processos de estratégia de inovação nas organizações. Os processos de inovação nas organizações e seu impacto na cultura das empresas. Conceitos e tipologias de inovação. Gestão da inovação e características das organizações inovadoras. Inovação sustentável, aberta e colaborativa. Sistemas regional e nacional de inovação. Dinâmica das redes de inovação. Estudos de caso sobre inovação.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Conceitos sobre inovação

Conhecimento e Inovação

Gestão da Inovação

Collaboration, open innovation e co-criation

Inovação, Governança e Estratégia

O ambiente da inovação

Inovação em modelos de negócios

O financiamento da inovação

StartUps e Inovação

## **OBJETIVOS**

A disciplina Gestão da Inovação tem como objetivo discutir os conceitos centrais e os processos estratégicos relativos à inovação, a partir de três eixos: fontes de inovação; contexto da inovação; e estratégia e organização para a inovação. A partir de casos relevantes, estuda-se a influência do ambiente, do uso de recursos e dos processos para inovação nas empresas. Espera-se que ao final da disciplina os alunos tenham a capacidade de implementar e acompanhar projetos de inovação em organizações.

## **METODOLOGIA**

Aula expositiva e dialogada, apresentação de seminários, apresentação e discussão de casos de estudo.

## **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*, 59 (4), 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.

FACCIN, KADÍGIA; BALESTRIN, ALSONES. The dynamics of collaborative practices for knowledge creation in joint R&D projects. *Journal of Engineering and Technology Management*, 48 (28-43), 2018.

COOPER, R. Perspective: The Stage-Gates Idea-to-Launch Process — Update, What’s New, and NexGen Systems. *The Journal of Product Innovation Management*. 25, 213– 232, 2008.

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

CHESBROUGH, Henry. The era of open innovation. *MIT Sloan Management Review*, 44(3), 33-41, 2003.

GRÖNLUND, J; SJÖDIN, D. R.; FRISHAMMAR, J. Open Innovation and the Stage-Gate Process: a

revised model for new product development. *California Management Review*, 52(3), 2010.

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.

GRANSTRAND, O.; HOLGERSSON, M. Innovation Ecosystems: A conceptual review and a new definition. *Technovation*, 90-101, 2020.

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.

RAPINI, M. S.; CHIARINI, T.; BITTENCOURT, P.; CALIARI, T. The intensity of private funding and the results of university? Firm interactions: the case of Brazil, *Innovation & Management Review*, 2019.

### **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.

SHIH, W. Exploration vs. Exploitation. *Harvard Business Scholl*. Jul 1, 2013.

NAGANO, M. S.; STEFANOVITZ; J. P.; VICK, T. E. Innovation management processes, their internal organizational elements and contextual factors: An investigation in Brazil. *Journal of Engineering and Technology Management*, 33, 63-92, 2014.

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Gestão Financeira**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15      Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104394

Professor: Prof. Dr. Luís Felipe Maldaner

## **EMENTA**

Conceitos, princípios e fundamentos da teoria e da gestão financeira, abrangendo tópicos tais como: mercado de capitais, o valor do dinheiro no tempo, gestão de carteiras, avaliação de ativos e projetos sob condições de risco, assimetria informacional e crédito, teoria de agência, teoria e gestão da estrutura de capital, política de dividendos, opções project finance, trade credit e behavioral finance.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Conceitos macroeconômicos básicos e seu uso em finanças. Crises financeiras e suas consequências. Finanças domésticas e internacionais: Sistema financeiro global; operações internacionais; sindicatos de bancos. Finanças para uma boa sociedade: valor da moeda; soberania e poupança interna. O futuro da competição bancária: novos modelos de negócios; fintechs; novos clientes; tendências e inovação. Risco e Retorno: elementos principais dos modelos. Eficiência de Mercado.

## **OBJETIVOS**

Capacitar os alunos nos conceitos fundamentais de macroeconomia aplicados às Finanças Corporativas, conceitos, princípios e fundamentos da teoria e da gestão financeira, abrangendo tópicos tais como: eficiência de mercado; gestão do capital de giro; fundamentos de risco e retorno. Este não é um curso instrumental. Valoriza-se muito mais a apreensão dos conceitos fundamentais do que a memorização e/ou aplicação de fórmulas matemáticas. Parte-se do pressuposto que conceitos básicos de contabilidade são de conhecimento dos alunos.

## **METODOLOGIA**

## **AVALIAÇÃO**

- Participação em aula nas discussões a partir do conteúdo apresentado pelo professor e discutido com os colegas.
- Para a participação é essencial a leitura prévia dos conteúdos indicados (leitura prévia para a segunda aula e posteriores).
- Como avaliação final será solicitado um artigo em formato acadêmico sobre um dos temas tratados em aula, que servirá de base para a nota final.

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

ROSS, S. A., WESTERFIELD, R., W. JAFFE, J. F., LAMB, R. (2015). **Administração Financeira**. Porto Alegre: AMCH Editora.

SHILLER, R. J. (2012). **Finanças para uma boa Sociedade**. São Paulo: Elsevier Editora Lt.

MODENESI, A. de M., PRATES, D. M., OREIRO, J. L., PAULA de, L. F. & RESENDE, M. F. da C. (orgs.). (2012). **Sistema financeira e política econômica em uma era de instabilidade**. São Paulo: Elsevier Editora.

EITEMAN, D. K., STONEHILL, A. I., MOFFETT, M. H. (2013). **Administração Financeira Internacional**. Porto Alegre-RS, Bookman.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR - LIVROS**

DORNBUSCH, Rudiger; FISCHER, Stanley; STARZ, Richard. **Macroeconomia**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BRESSER-PEREIRA, L. C. (org). (2008) **Nação, Câmbio e Desenvolvimento**. Rio de Janeiro. FGV Editora.

CAVALCANTE, F., MISUMI, J. Y., RUDGE, L. F. (2005). **Mercado de Capitais. O que é, como funciona**. Rio de Janeiro. Elsevier Editora.

SACHS, JEFFREY D.; LARRAIN B., FELIPE. **Macroeconomia**. Rio de Janeiro: Makron Books, 2000.

BERNSTEIN, P. L.; Damodaran, A. **Administração de Investimentos**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

BREALEY, R. A. e MYERS, S. C. **Investimento de Capital e Avaliação**. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BREALEY, R. A. e MYERS, S. C. **Princípios de Finanças Corporativas**. Lisboa: McGraw-Hill, 1998.

COPELAND, T.; KOLLER, T.; MURRIN, J. **Avaliação de Empresas**. Sao Paulo: Markron Books, 2001.

DAMODARAN, A. **Finanças Corporativas. Teoria e Prática**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

ELTON, E., GRUBER, M., BROWN, S., GOETZMANN, W. **Moderna Teoria de Carteiras e Análise de Investimentos**. São Paulo: Atlas, 2004.

GRINBLATT, M., TITMAN, S. **Mercados Financeiros e Estratégia Corporativa**. 2. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

JENSEN, MICHAEL C.; SMITH JR., CLIFFORD W. The Theory of Corporate Finance: A Historical Overview. **The Modern Theory of Corporate Finance**, New York, McGraw-Hill Inc., 1984, pp. 2-20.

PÓVOA, A. **Valuation: como precificar ações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

PRAHALAD, C. K. & RAMASWAMY, V. (2004). **O Futuro da competição**. Como desenvolver diferenciais inovadores em parceria com os clientes. Rio de Janeiro. Elsevier.

MACAGNAN, C. B. (organizadora). (2009). Compras: elementos para o jogo da negociação de produtos e serviços. Capítulo III - Páginas 85 a 114 – Zanini e Zani. Viamão: Entremeios.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR – ARTIGOS**

BALL, R. The development, accomplishments and limitations of the theory of stock market efficiency.

**Managerial Finance**, v. 20 n. 2/3 , 1994.

BOTOSAN, C., PLUMLEE, M., XIE, Y. The Role of Information Precision in Determining the Cost of Equity Capital. **Review of Accounting Studies**, n. 9, 2004.

BRUNER, R., CONROY, R., ESTRADA, J., KRITZMAN, M., LI, W. Introduction to Valuation in Emerging Markets. **Emerging Markets Review**, n. 3, 2002, p. 310-324.

GRAHAM, JOHN R.; HARVEY, CAMPBELL R. The Theory and Practice of Corporate Finance: the evidence from the field. *Journal of Financial Economics*, vol. 60, pp. 187-243, 2001.

GRANDO, T.; BRUNOZI JR. A.C.; MACHADO, D.G.; ZANINI, F.A.M. *Empresas Dual Class*: Um

estudo do impacto no valor das empresas brasileiras. **Enfoque Contábil**, vol. 35, nº 2, pp. 67-86, 2016.

JENSEN, M. Value Maximization, Stakeholder Theory and the Corporate Objective Function.

**European Financial Management**, V. 7, n. 3, 2001.

PEROBELLI, F. F.C.; JANUZZI, F. V.; BERBET, L. J. S.; MEDEIROS, D. S. Fluxo de Caixa em

Risco: Diferentes métodos de Estimação Testados no Setor Siderúrgico Brasileiro. **Revista Brasileira de Finanças**, vol. 5, nº 2, pp. 165-204, 2007.

STEFFEN, H.C.; ZANINI, F.A.M.; KRONBAUER, C.A.; OTT, E. Administração do Capital de Giro: Um estudo sobre os fatores que influenciam na criação de valor para a empresa.

**Contabilidade Vista & Revista**, vol. 25, nº 1, pp. 15-33, 2014.

STEFFEN, H.C.; ZANINI, F.A.M. Initial Public Offering in Brazil: the Perceptions of Financial Executives. **Revista Contabilidade e Finanças**, vol. 23, série 59, pp. 102-115, 2012.

STEFFEN, H.C.; ZANINI, F.A.M. Abertura ou Não de Capital no Brasil: Uma Análise Prática da Percepção dos Executivos Financeiros. **Revista Brasileira de Finanças**, vol. 12, nº 4, pp. 597-642, 2013.

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Governança Corporativa**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 30      Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: 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 umnexo 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 valor econômico e social.

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

Entendendo o ESG: que é uma empresa ESG – Environmental, Social e Corporate Governance.

ESG Reports and Rating: Como avaliar o desempenho ESG.

ESG na Governança na empresa familiar.

Empresa ESG e o custo de capital.

As Melhores Práticas de Governança em Empresas de Capital Aberto e Fechado.

Governança em e Sucessão em Empresas Familiares.

Governança em Cooperativas; organizações não Governamentais e Startups.

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 a 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 guiada para resultados das organizações será o objetivo da disciplina.

Desenvolver uma consciência crítica sobre o discurso e a materialidade na prática do ESG também será objeto da disciplina.

Compreender a reinvenção da Governança Corporativa a luz da nova economia digital e do conhecimento e que produz resultados econômicos e sociais para todos os stakeholders.

## **METODOLOGIA**

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

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

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

## **AVALIAÇÃO**

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

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

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

40% | Individual | Trabalho final: Avaliação da qualidade da governança de uma empresa S.A, negociada na B3, que declara praticar o ESG. Avaliação compreende todos os pilares do processo de governança: do discurso e da prática. O objetivo é avaliar e reportar a materialidade do discurso na prática com base nas informações reportadas ao mercado pelos diversos canais de comunicação em especial a reunião trimestral de performance do CEO e RI com os analistas de mercado. A pergunta guia é neste caso: a Governança e ESG cria valor?

## **BIBLIOGRAFIA**

AKERLOF, George A. The market for lemons: quality uncertainty and market mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, [s. l.], v. 84, n. 3, p. 488-500, Aug. 1970.

AMEL-ZADEH, Amir; SERAFEIM, George. Why and how investors use ESG information: Evidence from a global survey. *Financial Analysts Journal*, v. 74, n. 3, p. 87-103, 2018.

ANDRADE, A.; ROSETTI, J. P. Governança corporativa: fundamentos, desenvolvimento e tendências. São Paulo: Atlas, 2004.

BASSEN, Alexander; KOVÁCS, Ana Maria. Environmental, social and governance key performance indicators from a capital market perspective. In: *Wirtschafts-und Unternehmensethik*. Springer VS, Wiesbaden, 2020. p. 809-820.

BEBCHUK Lucian, WEISBACH, Michael S. A. THE STATE OF CORPORATE GOVERNANCE RESEARCH. <http://www.nber.org/papers/w15537>; 2009.

BERLE, A.; MEANS, G. The modern corporation and private property. New York: Mcmillan, 1932.

CALLANAN, Laura et al. What social-sector leaders need to succeed. *McKinsey Quarterly*, v. 8, 2014.

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 Bus. Review, 2014.
- COLLINS, Jim. Empresas feitas para vencer. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- COLLINS, Jim. Como os gigantes caem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- CORNELL, Bradford; DAMODARAN, Aswath. Valuing ESG: Doing good or sounding good?. NYU Stern School of Business, 2020.
- DAVIS A. J.; SINANIS, Maria; COLLETTE, Courtney. Next generation success. [S. l.]: Cambridge Family Enterprise Press, 2014.
- DELEVINGNE, L. et al. The ESG premium: New perspectives on value and performance. McKinsey on Finance, v. 73, 2020.
- DI MICELLI DA SILVEIRA, Alexandre. Governança corporativa no Brasil e no mundo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010
- Deloitte, EY, KPMG. and WORLD ECONOMIC FORUM. Measuring stakeholder capitalism: Towards common metrics and consistent reporting of sustainable value creation. 2020.
- ECARES, M; BOLTON P; RÖELL A; Corporate Governance and Control CORPORATE LAW AND GOVERNANCE HANDBOOK OF THE ECONOMICS OF FINANCE.VOLUME 1A; © 2003 Elsevier B.V
- FEBER, David. Et al. Sustainability in packaging: Investable themes. McKinsey & Company, 2021.
- FENWICK, Mark; VERMEULEN, Erik P. M. The Future of Capitalism: 'Un-Corporating' Corporate Governance. Lex Research Topics in Corporate Law & Economics, W. P.No. 2016-4, 2016. Available SSRN
- FRIEDEN, Jeffrey A. Capitalismo global. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- GREENE, Robert; ELFFERS, Joost. As 48n leis do poder. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- HILDEBRAND, P. et al. Reshaping sustainable investing. BlackRock, 2021.
- HUNT, Vivian; SIMPSON, B.; YAMADA, Y. The case for stakeholder capitalism. 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.
- KIRKLAND, R. / HORVÁTH, D. J. Reimagining capitalism to better serve society. McKinsey & Company, 2017.
- KISSINGER, Henry. Sobre a China. Guarulhos: Objetiva, 2011.

- LINGO, Elizabeth Long, McGINN Uma nova receita do poder Harvard Business Review Brasil, São Paulo, Julho 2020.
- PORTER, Michael E.; HEPPELMANN, James E. Por que as organizações precisam de uma estratégia de realidade aumentada. Harvard Business Review Brazil, São Paulo, 2017.
- STROEHLE, Judith C.; SOONAWALLA, Kazbi; METZNER, Marcel. How to Measure Performance in a Purposeful Company? Analysing the Status Quo. British Academy, Future of the Corporation 2019.
- 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.
- VURAL-YAVAŞ, Çiğdem. Economic policy uncertainty, stakeholder engagement, and environmental, social, and governance practices: The moderating effect of competition. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, v. 28, n. 1, p. 82-102, 2021.
- XIE, Jun et al. Do environmental, social, and governance activities improve corporate financial performance? Business Strategy and the Environment, v. 28, n. 2, p. 286-300, 2019.
- WCED, SPECIAL WORKING SESSION. World commission on environment and development. Our common future, v. 17, n. 1, p. 1-91, 1987.
- WORLD ECONOMIC FORUM. Measuring stakeholder capitalism: Towards common metrics and consistent reporting of sustainable value creation. 2020.
- ZINGALES, Luigi (Ed.). Milton Friedman 50 Years Later. Stigler Center, 2020

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Pesquisa e Desenvolvimento de Novos Produtos e Serviços**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 30h    Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104398

Professor: Prof. Dr. Guilherme Trez

Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca

## **EMENTA**

Métodos e técnicas de pesquisa de marketing e de design para a identificação de oportunidades de novos produtos. Análise dos processos de concepção de novos conceitos de produto. Etapas do processo de desenvolvimento de novos produtos em uma perspectiva integrada de marketing. Projeto de produtos e serviços em contextos que buscam a criação de diferenciais competitivos sustentáveis com base na teoria dos recursos. A relação da estrutura organizacional com o processo de desenvolvimento de produtos e serviços. Análise da interfuncionalidade no desenvolvimento e gestão de produtos.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Contexto de marketing estratégico.

Qual a perspectiva de marketing no processo de criação de valor?

Perspectivas de valor para o cliente.

O que é valor para o cliente?

O processo de integração interfuncional para transformação de conhecimento e construção de valor.

Segmentação e vantagem competitiva Diferenciação.

A relação Marketing – Design.

Materialização da vantagem competitiva pela diferenciação de produto.

A relação Marketing – Design.

Gestão de Clientes Retenção.

Pesquisa de mercado.

A etnografia orientada para o mercado.

Perspectiva da estrutura de marketing para a implementação.

Como a organização de marketing impacta a geração de valor do negócio?

Seminário de apresentação das propostas de artigo.

### **METODOLOGIA**

Aula expositivo-dialogada. Discussão de casos práticos. Estudo de Caso

### **AVALIAÇÃO**

20% | Individual | Participação

Criticidade, consistência e evidências de leitura nas contribuições em sala de aula

Participação ativa nos trabalhos práticos de aula

Presença

30% | Individual | Trabalho

Trabalho: Discussão da teoria para a prática – trabalho dissertativo relacionando temas de, pelo menos, duas aulas (3 a 4 páginas)

50% | Grupos de 2 ou 3

Artigo teórico-empírico (pesquisa, discussão teórica, análise e implicações)

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

MORGAN, N. A. Marketing and business performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2012.

PAYNE, A., FROW, P., & EGGERT, A. (2017). The customer value proposition: evolution, development, and application in marketing, 1–23.

ALMQUIST, E., SENIOR, J., & BLOCH, N. (2016). The elements of value. *Harvard business review*, 94(9), 47-53.

HIRUNYAWIPADA, T., BEYERLEIN, M., & BLANKSON, C. (2010). Cross-functional integration as a knowledge transformation mechanism: Implications for new product development. *Industrial Marketing Management*, 39(4), 650-660.

AUSTIN, R. D., & BEYERSDORFER, D. (2007). *Bang & Olufsen: Design Driven Innovation*.

Harvard Business School, 18.

OLSON, E. M., OLSON, K. M., CZAPLEWSKI, A. J., & KEY, T. M. Business strategy and the management of digital marketing. *Business horizons*, 64(2), p 285-293. 2021.

SCHOUTEN, J. W., McALEXANDER, J. Subcultures of Consumption: An Ethnography of the New Bikers. *Journal of Consumer Research*. V.22, n.1.1995

MOORMAN, C., & DAY, G. S. Organizing for Marketing Excellence. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 80(6), 6–35. 2016.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

HEMONNET-GOUJOT, A., ABECASSIS-MOEDAS, C., & MANCEAU, D. When external design and marketing collaborate to develop new products: A typology of patterns. *Creativity and Innovation Management*, 29, p. 51-62. 2020

TAROUCO, FABRICIO. A Concepção de Identidades Territoriais e Produtos Locais. Working Paper. 2022.

RONCALIO, V. W., & KISTAMANN, V. B. Inovação guiada pelo design: possíveis caminhos para pensar a significação em produtos e serviços. *Blucher Design Proceedings*, 1(4), p. 2917-2927. 2014.

VERHOEF, P. C., & LEMON, K. N. Successful customer value management: Key lessons and emerging trends. *European Management Journal*, 31(1), p. 1-15.2013.

RUST, R. T., MOORMAN, C., & BHALLA, G. Rethinking marketing. *Harvard Business Review*, 88(1/2), p. 94–101.2010.

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Seminário de Gestão Estratégica de Pessoas**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15      Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104391

Professor: Profs. Drs. Patrícia M. Fagundes Cabral e José Carlos Freitas Jr

## **EMENTA**

Novas formas de organização do trabalho onde se destacam a flexibilidade e a mobilização dinâmica de recursos no ambiente organizacional. Caráter estratégico da gestão de pessoas tendo em vista a importância das pessoas na geração de resultados organizacionais. Temas emergentes: (1) a sustentabilidade e a combinação dos fatores econômicos, sociais e ambientais; (2) globalização e internacionalização de empresas e o impacto cultural na gestão de pessoas e na formação de lideranças globais; (3) gestão de competências e estratégias colaborativas.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- O cenário contemporâneo do trabalho e da área de RH;
- Contextualização da Gestão de Pessoas na pesquisa e na prática;
- Inovação em Recursos Humanos
- Vínculos, Engajamento
- Bem-estar e Segurança Psicológica nas Organizações
- GRH Sustentável
- Ética, Sustentabilidade e Responsabilidade Social Corporativa
- Práticas Inovadoras de Gestão Estratégica de Pessoas no contexto COVID-19 (incluindo o pós-pandemia)

## **OBJETIVOS**

## **METODOLOGIA**

Aulas sustentadas numa aprendizagem teórico-prática, de caráter sistêmico e interdisciplinar, em ambiente síncrono 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 e o protagonismo do aluno na participação/construção do processo de aprendizagem individual e coletivo.

### **AVALIAÇÃO**

As formas de avaliação deverão contemplar a qualidade da participação nas atividades realizadas na disciplina, bem como a apresentação e entrega dos trabalhos em grupo. Participação Individual (5,0) + Trabalhos em Grupo (5,0)

### **BIBLIOGRAFIA**

- BITENCOURT, Cláudia Cristina et al. *Gestão Contemporânea de Pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- BORGES-ANDRADE, J. E.; ABBAD, G. S.; MOURÃO, L.. *Treinamento, Desenvolvimento e Educação em Organizações e Trabalho* Porto Alegre: Artmed, 2006.
- DAVEL, Eduardo e VERGARA, Sylvia (orgs.). *Gestão com Pessoas e Subjetividade*. São Paulo: Atlas, 2001.
- DUARTE GOMES, A. (coord). *Psicologia das Organizações, do Trabalho e dos Recursos Humanos*. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2011.
- SAPIRO, Arão; DALPOZZO, Marco; BARBOSA, Djalma, Dinâmicas de engajamento, *Revista DOM (Fundação Dom Cabral)*, v. 10, p.9-17, 2010.
- ZANELLI, José Carlos; KANAN, Lilia Aparecida. *Fatores de Risco, Proteção Psicossocial e Trabalho: organizações que emancipam ou que matam*. Lages/SC: Editora da UNIPLAC. 2018.
- ZANELLI, J. C.; BORGES-ANDRADE, J. E.; BASTOS, A. V. B. (orgs.). *Psicologia, Organizações e Trabalho no Brasil*. Porto Alegre: Artmed, p. 91-141, 2004.
- NEVES, [José Gonçalves das](#); GARRIDO, [Margarida Vaz](#); SIMÕES, Eduardo. *Manual de Competências Pessoais, Interpessoais e Instrumentais – Teoria e Prática*. Edições Sílabo, Lda. 3.a Edição – Lisboa, 2015.
- NEVES, José Gonçalves das; VINAGRE, Maria Helena. *Qualidade de Serviço: Diagnosticar para Intervir: O Gap Model*. Edições Sílabo, Lda. 1.a Edição – Lisboa, 2018.
- SAETA, [Beatriz Regina Pereira \(org\)](#). *A Diversidade Humana e o Contexto Laboral*. Ed. [Mackenzie](#). São Paulo, 2016.
- BARBOSA et al. *Cultura e diferença nas organizações*. São Paulo: Atlas, 2009.

MARIOTTI, Humberto. Pensamento Complexo. São Paulo: Atlas, 2007.

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Seminário de Inovação e Sustentabilidade**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15      Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104404

Professor: Prof. Dr. Luciano Barin Cruz

## **EMENTA**

Gestão da inovação a partir de casos e de práticas empresariais, enfatizando e discutindo criticamente as questões relativas à sustentabilidade social e ambiental. Instrumentalização para a promoção de ações voltadas à inovação e à sustentabilidade em ambientes organizacionais.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Desenvolvimento Sustentável: Ética individual, Organização responsável, sociedade sustentável

Inovar para ser responsável: A perspectiva da Responsabilidade Social Corporativa de tipo Estratégica

Estratégias na Base da Pirâmide. Caso: Ecoelce

Relação com comunidades locais: Inovar para 'social acceptability'. Caso: **Hydroquebec**

**Modelos de negócio para inovação social. Caso: ACEM e/ou Teo Taxi.**

## **OBJETIVOS**

## **METODOLOGIA**

As aulas estão sustentadas numa aprendizagem teórica-vivencial. A leitura prévia dos textos indicados é fundamental para o aproveitamento dos seminários, das aulas expositivas-dialogadas, dos estudos de caso e das dinâmicas de grupo.

## **AVALIAÇÃO**

Trabalho em grupo.

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- BOWEN, F., Newenham-Kahindi, A., Herremans I. (2008) « Engaging the Community: A Systematic Review - A synthesis of academic and practitioner knowledge on Best Practices » in Community Engagement, RNBS, London, Ontario.
- HART, S. L. & SIMANIS, E. (2009). Innovation from the inside out. MIT Sloan Management Review, 50(4): 76-88.
- PORTER, M. E. & KRAMER, M. R. (2006) Strategy & Society: The link between competitive advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review. December.
- PORTER, M. E., & KRAMER, M. R. (2011). Creating Shared Value. Harvard Business Review: 62-77.
- SACHS, J. D. (2005). Why some countries fail to thrive? In: Sachs, J.D. The End of Poverty: Economic Possibilities for our Time. Penguin Books Inc: London. 51-73.
- Scaling Out, Scaling Up, Scaling Deep: Advancing Systemic Social Innovation and the Learning Processes to Support it. Prepared for the J.W. McConnell Family Foundation and Tamarack Institute by Darcy Riddell and Michele-Lee Moore (October 2015).Disponível à [https://www.dunstan.org.au/docs/Scaling\\_Up,\\_Out,\\_Deep.pdf](https://www.dunstan.org.au/docs/Scaling_Up,_Out,_Deep.pdf)
- SEN, A. (1999) « The perspective of freedom » dans Development as Freedom, New York, First Anchor Books, 1999, p.13-34.
- SENGE, P.M., Lichtenstein, B.B., Kaeufer, K., Bradbury, H., and Carroll, J.S. (2007) Collaborating for Systemic Change, Sloan Management Review 48(2): 44-53
- WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT. Our Common Future. New York: Oxford University Press, 1987, 400p.
- YUNUS, M., MOINGEON, B., LEHMANN-ORTEGA, L. (2010), "Building social business models: lessons from the grameen experience", Long Range Planning, Vol. 43 No.2/3, pp.308-25.

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

Disciplina: Seminários sobre Legislação aplicada em Gestão

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15hs Créditos: 01

Área temática: Administração

Código da disciplina:

104406 Professor: Dr. Éderson Garin Porto

**EMENTA**

O Direito na Economia e a Economia no Direito: percursos de reformulação dos postulados do positivismo jurídico rumo à constitucionalização do Direito. As transformações do Estado e os reflexos da globalização econômica. Integração econômica e Direitos Humanos. A organização e as transformações econômicas recentes. O Direito de Empresa e a responsabilidade do administrador. A disciplina legal das sociedades empresárias sob uma perspectiva de Direito & Economia. A Gestão e as novas tecnologias: o exemplo privilegiado das nanotecnologias. O novo perfil da inovação: do triângulo de Sábato à tríplice hélice de Etzkowitz. A inovação como um processo de Gestão. Legislação brasileira aplicável à gestão da inovação (Lei de Inovação, Lei do Bem, PADIS, legislação gaúcha sobre inovação). O Manual de OSLO.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

<b>DATA</b>	<b>PROGRAMAÇÃO</b>
<b>05/08/2022</b> <b>14:00 – 17:00</b>	Introdução ao Direito. Análise Econômica do Direito. Apresentação do caso a ser estudado: a história de Eduardo e Mônica.
<b>12/08/2022</b> <b>14:00 – 17:00</b>	Episódio 1: Constituição do negócio e regime de tributação.
<b>13/08/2022</b> <b>09:00 – 12:00</b>	Episódio 2: Montagem do time e apresentação do produto ao mercado.
<b>19/08/2022</b> <b>18:00 – 21:00</b>	Episódio 3: Primeiros problemas com clientes. Reclamações dos consumidores. Episódio 4: O Negócio começa a melhorar e surgem os primeiros investidores.

<b>20/08/2022</b> <b>09:00 – 12:00</b>	Episódio Final: Feliz (exit) – Triste (Insolvência)
---	---

### **TEMAS ABORDADOS NO PROGRAMA**

Introdução ao Direito. Análise Econômica do Direito; Direito do Trabalho e Empresa;

Contratos;

Responsabilidade Civil e Análise Econômica do Direito; Inovação, Direito e Economia;

Tributação da empresa e dos negócios;

Processo Judicial e Arbitragem: métodos de resolução de conflitos; Direito Societário, Falimentar e Recuperação de Empresas;

Storytelling.

### **OBJETIVOS**

A atividade acadêmica objetiva proporcionar ao mestrando uma visão abrangente da legislação brasileira com foco na solução de casos práticos, proporcionando uma reflexão crítica dos temas suscitados.

### **METODOLOGIA**

Aula expositiva / *case method* / sala de aula invertida com o protagonismo do mestrando.

### **AVALIAÇÃO**

Quanto ao método de avaliação:

- 1) Participação em aula;
- 2) Presença;
- 3) Trabalho em grupo apresentando – storytelling – exposição de caso ligado à atividade profissional, conectando com algum dos tópicos jurídicos ministrados durante o curso.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- BARBOSA, D. B. Direito da inovação: comentários à Lei 10.973/2004 (Lei Federal da Inovação). 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011.
- COOTER, R.; ULEN, T. Direito & economia. 5. ed. Tradução de Luis Marcos Sander; Francisco Araújo da Costa. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- GRAU, E. R. A ordem econômica na Constituição de 1988. 14. ed. São Paulo: Malheiros, 2010.
- SZTAJN, R. Externalidades e custos de transação: a redistribuição de direitos no novo código civil. Revista de Direito Privado, São Paulo, v. 6, n. 22, p. 250-76, abr./jun. 2005.
- PORTO, Éderson Garin. *Manual Jurídico da Startup*. 3 ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2021.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- BENETTI, D. V. N. Propriedade intelectual como instrumento de desenvolvimento socioeconômico e tecnológico. In: BOFF, S. O.; PIMENTEL, L. O. (Org.). Propriedade intelectual, gestão da inovação e desenvolvimento: patentes, marcas, software, cultivares, indicações geográficas: núcleos de inovação tecnológica. Passo Fundo: IMED, 2009. p. 42-55.
- BENJAMIN, A. H. de. Vasconcelos, BESSA, L. R.; MARQUES, C. L. Manual de proteção do consumidor. São Paulo: RT, 2014.
- COIMBRA, R. Direito do trabalho I. São Paulo: LTr, 2014.
- DICKEN, P. Mudança global: mapeando as novas fronteiras da economia mundial. 5. ed. Tradução de Teresa Cristina Felix de Sousa. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- DRUCKER, P. Tecnologia, administração e sociedade. Tradução de Bruno Alexander; Luiz Otávio Talu. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- ENGELMANN, W. As nanotecnologias e a gestão transdisciplinar da inovação. In: \_\_\_\_\_. (Org.). As novas tecnologias e os direitos humanos: os desafios e as possibilidades para construir uma perspectiva transdisciplinar. Curitiba: Honoris Causa, 2011. p. 297-336.
- ENGELMANN, W. Nanotechnology, law and innovation. Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2011.

ENGELMANN, W.; FLORES, A. S.; WEYERMÜLLER, A. R. Nanotecnologias, marcos regulatórios e direito Ambiental. Curitiba: Honoris Causa, 2010.

ETZKOWITZ, H. Hélice tríplice: universidade-indústria-governo. inovação em movimento. Tradução de Cristina Hintz. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.

REIS, D. R. dos. Gestão da inovação tecnológica. Barueri: Manole, 2004.

SEIFFERT, M. E. B. Gestão ambiental: instrumentos, esferas de ação e educação ambiental. São Paulo: Atlas, 2010.

SEM, A. Ética da empresa e desenvolvimento econômico. In: CORTINA, A. (Org.). Construir confiança: ética da empresa na sociedade da informação e das comunicações. Tradução de Alda da Anunciação Machado. São Paulo: Loyola, 2007. p. 39-54.

TEUBNER, G. The corporate codes of multinationals: company constitutions beyond corporate governance and co-determination. In: NICKEL, R. (Ed.). Conflict of laws and laws of conflict in Europe and beyond: patterns of supranational and transnational juridification. Hart: Oxford, 2009. p. 1-10.

TIMM, L. B. Ainda sobre a função social do direito contratual no Código Civil brasileiro: justiça distributiva versus eficiência econômica. In: \_\_\_\_\_. Direito & economia. 2. ed. rev. e atual. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2008. p. 63-96.

TIMM, L. B. Direito, economia e a função social do contrato. In: \_\_\_\_\_. MACHADO, R. B. (Coord.). Função social do direito. São Paulo: Quartier Latin, 2009. p. 173-95.

WEYERMÜLLER, A. R. Água e adaptação ambiental: o pagamento pelo seu uso como instrumento econômico e jurídico de proteção. Curitiba: Juruá, 2014.

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Tópicos Especiais em Gestão e Negócios I – International Economics**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15      Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 107419\_T02

Professor: Prof. Dr. Stéphane Mottet

## **EMENTA**

Apresentação de temas novos ou emergentes da área de gestão e negócios, a partir dos resultados de pesquisas dos professores do programa e de professores visitantes, abordando assuntos afins aos temas da área de Gestão e Negócios e conteúdos relacionados às linhas de atuação do Programa não contemplados nas demais atividades acadêmicas do programa.

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

Material disponibilizado pelo professor.

## IDENTIFICAÇÃO

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Tópicos Especiais em Gestão e Negócios I – Projeto de Dissertação**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15h    Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 107419\_T18

Professor: Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca

## EMENTA

Apresentar temas novos ou emergentes da área de gestão e negócios, a partir de resultados de pesquisa de professores visitantes, abordando assuntos afins aos temas de dissertação do Mestrado e conteúdos relacionados às linhas de pesquisa do Programa não contemplados nas demais Unidades de Ensino do curso.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

As aulas estão sustentadas numa aprendizagem teórica-vivencial. A leitura prévia dos textos indicados é fundamental para o aproveitamento dos seminários, das aulas expositivas-dialogadas, dos estudos de caso e das dinâmicas de grupo.

## AVALIAÇÃO

Participação em classe            20%

Avaliação final                    80%

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALGEO, Chivonne. Exploring project knowledge acquisition and exchange through action research. **Project Management Journal**, [s. l.], v. 45, n. 3, p. 46-56, 2014.

BAUER, M. W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BEHRENS, Marilda Aparecida. **Paradigma da complexidade: metodologia de projetos, contratos didáticos e portfólios**. Petrópolis: Vozes, 2006.

BRYMAN, A.; BELL, E. **Business research methods**. Oxford: Oxford University Press, 2007.

EDMONDSON, M. C.; McMANUS, S. E. Methodological fit in management field research. **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 32, n. 4, p. 1155-1179, 2007.

EDWARDS, Rosalind; BRANNELLY, Tula. Approaches to democratising qualitative research methods. **Qualitative Research**, [s. l.], v. 17, n. 3, p. 271-277, 2017.

FLICK, Uwe. **Introdução à metodologia de pesquisa**. Porto Alegre: Penso, 2013.

GODOI C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

HAIR, J. *et al.* **Essentials of business research methods**. [S. l.]: M. E. Sharpe, 2011.

MINAYO, M. C. de S.; DESLANDES, S. F. (org.). **Caminhos do pensamento: epistemologia e método**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2002.

NENTY, H. Johnson. Writing a quantitative research thesis. **International Journal of Educational Sciences**, [s. l.], v. 1, n. 1, p. 19-32, 2009.

SEKARAN, R.; BOUGIE, J. **Research methods for business: a skill building approach**. 5th ed. [S. l.]: John Wiley and Sons, 2009.

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Abordagens Metodológicas – Turma 1**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 30h    Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: 122732

Professor: Prof. Dr. Marcelo André Machado

## **EMENTA**

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

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Contextualização no campo de pesquisa “Gestão e Negócios” e pesquisa científica em programas profissional: a questão do Método.

Paradigmas de pesquisa no campo de gestão e negócios.

### **PESQUISA QUALITATIVA:**

O Paradigma Qualitativo em pesquisa

A qualidade em pesquisa qualitativa: Credibilidade

Transferabilidade, Confirmabilidade e Confiabilidade

Estratégias em Pesquisa Qualitativa.

### **PESQUISA QUALITATIVA – overview:**

Técnicas de Coleta: Entrevistas, Observações, Grupos (Reflexivos e Focal)

Instrumentos: roteiros, protocolos, temáticas-guia e diários

Análise de Dados Análise de Conteúdo; Análise de Discurso (individual e Coletivo; Análise Textual Discursiva.

### **ABORDAGENS METODOLÓGICAS ALTERNATIVAS:**

(Grounded theory, QCA, AHP, Life stories, Etnografia, Pesquisa-ação, Revisão sistemática de literatura).

PESQUISA QUANTITATIVA: Definição da pesquisa quantitativa. Elementos necessários à implementação de pesquisas quantitativas. Premissas para definição de planos amostrais e coleta de dados. Alguns tipos de aplicações e análises (exemplos).

PESQUISA QUANTITATIVA: o método survey, o design de uma survey: etapas e procedimentos. Elaboração de questionários (estrutura, escalas e demais aspectos necessários), estruturação do banco de dados e análises.

DESIGN SCIENCE RESEARCH

Discussão sobre as escolhas metodológicas para projetos de dissertação

## **METODOLOGIA**

Aulas sustentadas numa aprendizagem teórica-aplicada. A leitura prévia dos textos obrigatórios é importante para o aproveitamento dos seminários, das aulas expositivas-dialogadas e dos debates em grupo. O protagonismo do aluno na participação/construção das aulas é fundamental para o processo de aprendizagem individual e coletivo.

## **AVALIAÇÃO**

Avaliação crítica do capítulo de Método de um artigo, dissertação de mestrado ou tese de doutorado que tenha relação com seu projeto de dissertação. Apresentação e pareceres da socialização. Participação ativa e construtiva nas aulas.

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BRYMAN, A.; BELL, E. **Business research methods**. [S. l.]: Oxford University Press, 2007.

GERRING, John. **Case study research**. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University, 2007.

FLICK, Uwe. **Introdução à metodologia de pesquisa**. Porto Alegre: Penso, 2013.

GODOI C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

HAIR, J. *et al.* **Essentials of business research methods**. [S. l.]: M.E. Sharpe, 2011.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos de metodologia científica**. Petrópolis: Vozes, 1997.

KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. 9. ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.

MINAYO, M. C. de S.; DESLANDES, S. F. (org.). **Caminhos do pensamento: epistemologia e método**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2002.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SEKARAN, R.; BOUGIE, J. **Research methods for business: a skill building approach**. 5th ed. [S. l.]: John Wiley and Sons, 2009.

STAKE, Robert. **Pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Penso, 2011.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BAUER, M. W.; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BEHRENS, Marilda Aparecida. **Paradigma da complexidade: metodologia de projetos, contratos didáticos e portfólios**. Petrópolis: Vozes, 2006.

COOPER, Donald; EMORY, William. **Business research method**. Boston: Irwin McGraw-Hill, 1995.

LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2001.

MATURANA, Humberto R.; VARELA, Francisco G. **Cognição, ciência e vida cotidiana**. Belo Horizonte: UFMG, 2001.

MORIN, Edgar. **Ciência com consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

REASON, Peter; BRADBURY, Hilary. **Handbook of action research**. London: Sage, 2001.

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Controle de Gestão**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15h    Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104401

Professor: Prof. Dr. Luiz Felipe Jostmeier Vallandro

## **EMENTA**

Controle de Gestão a partir de uma perspectiva de gestão estratégica, considerando como objetivo final o sucesso na execução da estratégia, com implementação dos processos de planejamento, implementação e monitoramento da estratégia. Metodologias de integração e controle de gestão, vinculando de maneira coerente estratégia, projetos, processos, pessoas e estruturas organizacionais, orientando o comportamento gerencial, e instituindo uma cultura de execução, que deve resultar na sustentabilidade da estratégia. Tecnologias da informação e comunicação na implementação do conceito de pilotagem de empresas e controles informatizados, com proatividade na gestão do Plano Estratégico, numa perspectiva sistêmica e sustentada.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Governança e criação de valor: A relação entre governança e desempenho empresarial. Estrutura de governança e as boas práticas de governança corporativa. Criação X destruição de valor.

Governança, monitoramento e controle. A integração entre governança e gestão.

Gestão estratégica integrada: Visão de negócios e o ciclo de vida dos negócios. Crescimento organizacional. A essência estratégica. Posicionamento e escolhas estratégicas. A conexão entre estratégia, estrutura e desempenho empresarial. A liderança estratégica. Estratégia à luz dos *shareholders* e *stakeholders*.

Desdobramento e execução da estratégia: Estratégia X operação. Prioridades estratégicas. Plano estratégico. Investimentos estratégicos. Financiamento da estratégia. Orçamento de capital. Pessoas, processos-chaves, tecnologias, operações. Sustentabilidade da estratégia.

Monitoramento e controle: Gerenciamento de riscos. Conformidades (*compliance*) e prestação de contas (*accountability*). Geração e controle de caixa. Plano orçamentário. Metas e indicadores de desempenho. Acompanhamento e monitoramento do desempenho empresarial.

## **METODOLOGIA**

- Temática 1: Governança e criação de valor. 1ª parte: Apresentação do professor. 2ª parte: Discussão do artigo e capítulo do livro: - RASO, N (2014). Governança Corporativa Integrando e Fortalecendo a Gestão. - SILVEIRA, A. M. (2015) Governança Corporativa no Brasil e no Mundo: Teoria e Prática.
- Temática 2: Gestão estratégica integrada. 1ª parte: Apresentação do professor. 2ª parte: Vídeo Porter e Discussão do artigo: - PORTER, M. E. (1996). O Que É Estratégia?
- Temática 3: Desdobramento e execução da estratégia. 1ª Parte: Apresentação do professor. 2ª Parte: Discussão do artigo: - MULLIGAN, D. How I Did It: The Former CEO of Guardian on Using Values to Drive Strategic Planning. Harvard Business Review. January-February 2021.
- Temática 4: Monitoramento e controle. 1ª Parte: Apresentação do professor. 2ª Parte: Discussão do caderno: - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa – IBGC. Monitoramento do Desempenho Empresarial.
- Temática 4: Monitoramento e controle. 1ª Parte: Apresentação do professor. 2ª Parte: Discussão do artigo: - CARRARO, W. B. W. H.; MENESES, R.; BRITO, C. Combinação de Categorias de Práticas de Controle de Gestão para Alto Desempenho de Startups. Entrega do trabalho final e encerramento da disciplina.

## **AVALIAÇÃO**

- Participação em sala de aula: 50%.
- Trabalho final: 50%.
- Frequência mínima para aprovação: 75%.

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- BOSSIDY, L.; CHARAM, R. **Execução: A Disciplina para Atingir Resultados**. 21ª Reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- CHARAM, R. **Know-How: As 8 Competências Que Separam os que Fazem dos que Não Fazem**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- CHARAM, R. **Crescimento Lucrativo: 10 Ferramentas Práticas para o Aumento Sustentável dos Resultados**. 1ª Edição. São Paulo: HSM do Brasil, 2014.
- CHARAM, R. **O que o CEO Quer que Você Saiba**. Rio de Janeiro: Sextante, 2019.

Instituto Brasileiro de Governança Corporativa – IBGC. **Monitoramento do Desempenho Empresarial**. 2ª Edição. São Paulo: IBGC, 2021.

SILVEIRA, A. M. **Governança Corporativa no Brasil e no Mundo: Teoria e Prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA: ARTIGOS**

CARRARO, W. B. W. H.; MENESES, R.; BRITO, C. **Combinação de Categorias de Práticas de Controle de Gestão para Alto Desempenho de Startups**. Revista Brasileira de Gestão de Negócios. V. 21, N. 5, Out-Dez. 2019.

ESTY, B. C.; FISHER, D. W. **Bed Bath & Beyond: The New Strategy to Drive Shareholder Value**. Harvard Business School Case Study. Boston, MA: Harvard Business School Publishing, 2022.

GALLANI, S.; AAL, Y. A. **Hospital 57357: Aligning Performance Towards a Vision of a Cancer-Free Childhood**. Harvard Business School Case Study. Boston, MA: Harvard Business School Publishing, 2022.

MULLIGAN, D. **How I Did It: The Former CEO of Guardian on Using Values to Drive Strategic Planning**. Harvard Business Review. January-February 2021.

PORTER, M. E. **O Que É Estratégia?** Harvard Business Review. Nov-Dez, 1996.

RASO, N. **Governança Corporativa Integrando e Fortalecendo a Gestão**. In: Instituto Brasileiro de Governança Corporativa - IBGC. Organizadores: LEAL, R. P. C; FONTES FILHO, J. R. **Governança Corporativa e Criação de Valor**. 1ª Edição. São Paulo: Saint Paul Editora, 2014.

RIVERA, D. N.; LÉON, A. M.; PÉREZ, G. H.; RIVERA, C. N.; NARIÑO, A. H. **Controle de Gestão e Balanced Scorecard: Ênfase na Perspectiva Financeira – Aplicação em uma Empresa de Serviços de Informática**. Revista de Administração da USP – RAUSP. V. 44, N. 3, Jul-Ago-Set. 2009.

TEIXEIRA, C. **Finanças Sustentáveis na Klabin: Gestão de Riscos, Compliance, ASG e ODS**. In: YOSHIDA, C. Y. M.; VIANNA, M. D. B.; KISHI, S. A.S. **Finanças Sustentáveis: ESG, Compliance, Gestão de Riscos e ODS**. Conselho Nacional do Ministério Público – CNMP. 2022. Disponível em: <[Finanças Sustentáveis: ESG, Compliance, Gestão de Riscos e ODS - Conselho Nacional do Ministério Público \(cnmp.mp.br\)](http://www.cnmp.mp.br)>.

WELLS, J. R.; WEINSTOCK, B.; DANSKIN, G.; ELLSWORTH, G. *Amazon.com, 2021*. Harvard Business School Case Study. Boston, MA: Harvard Business School Publishing, 2021.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

CHARAM, R.; DROTTER, S.; NOEL, J. *Pipeline de Liderança*. Rio de Janeiro: Sextante, 2018.

COLLINS, J. *Como as Gigantes Caem: E Porque Algumas Empresas Jamais Desistem*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SILVA, A. L. C. *Governança Corporativa e Sucesso Empresarial: Melhores Práticas para Aumentar o Valor da Firma*. 2ª Edição. São Paulo: Saraiva, 2014.

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Estudo das Organizações – Turma 1**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15h    Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104395

Professor: Prof. Dr. José Antônio Valle Antunes Júnior

## **EMENTA**

Análise da evolução do pensamento em Administração enfatizando o desenvolvimento das diferentes abordagens teóricas no contexto cultural, social e econômico em que foram estabelecidas. Aplicação dos principais conceitos dos estudos organizacionais à realidade brasileira. Discussão sobre as perspectivas futuras da gestão no Brasil e no mundo, abordando os desafios impostos pela globalização. Estudos de casos de empresas brasileiras competitivas no mercado mundial e de empresas que não resistiram à competição, analisando à luz das contribuições dos principais autores nacionais e estrangeiros as características que levam as empresas ao sucesso.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- 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
- 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
- Energia, Sociedade e Ambiente no século XX e XXI
- Reestruturação Industrial pós-crise internacional de Petróleo:
- Sistema Toyota de Produção (STP)/Produção Enxuta;
- Sistema Hyundai de Produção;
- Distritos Industriais
- Sociedade, Reestruturação Industrial e Competitividade Redes;

- A Economia da Cooperação
- Inovação
- Os negócios e a digitalização
- A industrialização brasileira pós-crise internacional do petróleo;
- O Capitalismo de Laços e suas implicações na competitividade no Brasil.

### **METODOLOGIA**

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

### **AVALIAÇÃO**

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

### **BIBLIOGRAFIA BÁSIC E COMPLEMENTAR**

ABUCHAIM, V. R. O Tropeiro Que Se Fez Rei, Gráfica Mosca Ltda., Porto Alegre, RS, 2013  
Antunes, J.A.V; Horn, C.H; Pellegrin, I.D. e Vaz, E. Remando Contra a Maré: A Política Industrial do RS (2011 a 2014), Editora Bookman, 2017

BECATTINI, GIACOMO. 'Os Distritos Industriais na Itália'. In: Urani, Adré et al. (orgs.) Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da Terceira Itália. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

BERTERO, C.O. Ensino e Pesquisa em Administração. Coleção Debates em Administração. Editora Thompson, 2006, São Paulo.

BRESSER PEREIRA, L.C, A Construção Política do Brasil, Editora 34, São Paulo, 2014, 464p.

CALDEIRA, J. Nem Céu, Nem Inferno: Ensaio para uma Visão Renovada da História do Brasil, Editora Estrela, São Paulo, 2015.

CASTELS, M. A Sociedade em Rede - A Era da Informação: Volume 1, Editora Paz e Terra, 2007.

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.

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'. Instituto Humanitas Unisinos, São Leopoldo-RS, Cadernos IHU Idéias, ano 4, n.47, 16p, 2006.

'Reestruturação produtiva e padrão de organização industrial'. In: Becker, Dinizar F. (org.) Competitividade: o (des)caminho da globalização. Lajeado: FATES, 1988.

'Inovações e Mudanças na Organização Industrial'. Ensaios FEE, Porto Alegre, v.21, n.2, p.7-31, 2000.

Costa, Beatriz M. 'Cooperação e capital social em arranjos produtivos locais'. RDE – Revista de Desenvolvimento Econômico, ano IX, n. 15, pp. 51-60, janeiro de 2007.

DRUCKER, P. Post-capitalist Society, Harder Business, New York, 1993.

Ford, H. Hoje e Amanhã, Companhia Editora Nacional, São Paulo, 1927.

Ford, H. Minha Vida e Minha Obra, Companhia Editora Nacional, São Paulo, 1926.

Galloway, S. Os Quatro: Apple, Amazon, Facebook e Google – o Segredo dos Gigantes da Tecnologia. Editora HSM, 2017, São Paulo.

KIM, C., JO, H., JEONG, J., Modular Production and Hyundai Production System: The Case of Hyundai MOBIS (in Korean), Economy and Society, 92, 351-385, 2011.

LEFF, N. Subdesenvolvimento e Desenvolvimento no Brasil, Volumes 1 e 2, Editora Expressão e Cultura, 1991.

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, Editora Campus, Rio de Janeiro, 2011.

LEE, B., JO, H. The mutation of the Toyota Production System: adapting the TPS at Hyundai Motor Company. International Journal of Production Research, 45(16), 3665–3679, 2007.

LIMA, M.C. Os Boêmios Cívicos: A Assessoria Econômico-Político de Vargas (1951-54), Centro Internacional Celso Furtado/Banco do Nordeste, E- Papers Serviços Editoriais, 2013, Rio de Janeiro.

MAZZUCATO, The Entrepreneurial State, Pen University, Editora Demos, Magdalen House, London, UK, June, 2011.

MUSACCHIO, A & LAZZARINI, G.L. Reinventando o Capitalismo de Estado – O Leviatã nos Negócios: Brasil e Outros Países, Portfólio-Penguin/Editora Schwarcz, São Paulo, 2015.

MULLER, C.A. A História Econômica do Rio Grande do Sul. Edição Comemorativa aos 70 anos do Bannisul – 1928/1998. Imprensa Editora Grande Sul, 1998, Porto Alegre, RS.

NETTO, J.N. A Saga do Álcool: Fatos e Verdades sobre os 100 anos de História do Álcool em Nosso País. Editora Novo Século.2007, São Paulo.

NUNES, F.L., Sistema Hyundai de Produção: uma proposição de modelo conceitual, Dissertação de Mestrado, PPGEPS/UNISINOS, Brazil, 2015.

OHNO, T. Sistema Toyota de Produção – Além da Produção em Larga Escala, Porto Alegre, Editora Bookman, 1997.

PORTER M.E. The Competitive Advantage of Nations. Free Press: New York, 1990.

PORTER, M.E.; Heppelmann. Como Produtos Inteligentes e Conectados estão Transformando a Competição, Harvard Business Revivew Brasil, Edição de 30/05/2016.

PRADO, JR. Formação do Brasil Contemporâneo, Editora Brasiliense, São Paulo, 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, Editora Bookman, Porto Alegre, 2015.

ROGERS, DAVID L. Transformação Digital – Repensando o seu Negócio para a Era Digital, Editora Autêntica Business, São Paulo, 2019.

RIBEIRO, D. O Povo Brasileiro: A Formação e o Sentido do Brasil, Companhia das Letras, Editora Shwarcz, 1995, São Paulo.

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 Adiministração, XIV, Florianópolis/SC, Anais ... v. 6, pp. 143-159, 1990.

SCHEER, A.S. Enterprise 4.0 – From Disruptive Business Model to the Automation of Business Processes. Volume 2, AWSi Publishing August Wilhelm-Scheer Institut, January, 2019.

SCHWARCZ, L.M. *As Barbas do Imperador – Dom Pedro II um monarca nos trópicos*, Editora Companhia das Letras, segunda Reimpressão, 1988, Editora Schwarcz, São Paulo.

SLOAN, A. *Meus Anos com a General Motors*, Negócios Editora, 2001, São Paulo.

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*, Toyota Motor Corporation, 1987.

YERGIN. D. *O Petróleo: Uma História Mundial de Conquistas, Poder e Dinheiro*. Editora Paz e Terra, 2010, São Paulo.

VIDAL, J.W. “*De Estado Servil a Nação Soberana – Civilização Solidária dos Trópicos*”, Editora Vozes, Petrópolis, Rio de Janeiro, 1987.

WILLIAMSON, OLIVER E. 'The modern corporation: origins, evolution, attributes'. *Journal of Economic Literature*, vol. XIX, December, pp. 1537-1568, 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  Doutorado

Disciplina: **Gestão de Operações**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15      Créditos: 1

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**

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. Definição de operações e elementos intrínsecos. Estratégias de serviços: o pacote de serviços (instalações de apoio, bens facilitadores, informações, serviços explícitos e serviços implícitos), 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 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. Desenvolvimento de Estudo de Caso.

## **OBJETIVOS**

## **METODOLOGIA**

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 Estudo de Caso (em grupo, em sala de aula).

### **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 ed. Boston: Pearson, 2014.

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.

WEISS, E. N.; FOLDBERG, R. Robust services: people or processes? Harvard Business Publishing, [s. l.], 2018.

### **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.
- VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. The four service marketing mythsremnants 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

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Métodos Quantitativos**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 30h    Créditos: 2

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**

- Porque estudar estatística; SPSS e outros softwares; Variáveis; Estatística descritiva; Amostra e Populações; Medidas de Tendência Central; Erro amostral e Erro de amostragem; Distribuição Normal; Medidas de dispersão.
- Probabilidade, Amostragem e Distribuições. Probabilidade; Distribuição Normal Padrão; Aplicação da probabilidade à pesquisa; Intervalos de confiança; Erro padrão.
- Testes de Hipótese e Significância; Hipótese Nula; Lógica dos testes de hipóteses; Significância; Erro Tipo I; Erro Tipo II.
- Correlação; Análise de diferença entre duas condições: teste t; ANOVA.
- Análise fatorial exploratória
- Análise de Regressão

## **OBJETIVOS**

Propiciar que os alunos participantes, além de compreenderem os conceitos básicos de estatística desenvolvam a habilidade para identificarem e aplicarem as técnicas estatísticas adequadas a cada

tipo de pesquisa e, ainda, compreendam a relação direta entre a pesquisa científica e a análise quantitativa.

### **METODOLOGIA**

Aulas Expositivo-dialogadas e realização de exercícios e casos.

### **AVALIAÇÃO**

Trabalhos em grupo (40%) Prova (60%).

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

DANCEY, Christine P.; REIDY, John. **Estatística sem matemática para psicologia: usando SPSS para Windows**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008. 608 p. (Biblioteca Artmed. Métodos de pesquisa). ISBN 9788536306889.

FIELD, Andy P. **Descobrimo a estatística usando o SPSS**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009. 687 p. ISBN 9788536319278.

HAIR, Joseph F. *et al.* **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. *E-book*. ISBN 788577805341.

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Seminário de Gestão Estratégica de Pessoas – Turma 1**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15      Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104391

Professor: Profs. Drs. Patrícia M. Fagundes Cabral e José Carlos Freitas Jr

## **EMENTA**

Novas formas de organização do trabalho onde se destacam a flexibilidade e a mobilização dinâmica de recursos no ambiente organizacional. Caráter estratégico da gestão de pessoas tendo em vista a importância das pessoas na geração de resultados organizacionais. Temas emergentes: (1) a sustentabilidade e a combinação dos fatores econômicos, sociais e ambientais; (2) globalização e internacionalização de empresas e o impacto cultural na gestão de pessoas e na formação de lideranças globais; (3) gestão de competências e estratégias colaborativas.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Contextualização da Gestão de Pessoas na pesquisa e na prática
- O cenário contemporâneo do trabalho e da área de RH;
- Orientações para a pesquisa de Campo sobre Cultura Organizacional
- Conceituação e distinções entre Cultura e Clima Organizacional
- Cultura Organizacional: artefatos, comportamentos e pressupostos
- O papel da Cultura no endosso da liderança e na consolidação de diretrizes estratégicas
- Transformação Digital e impactos para a Gestão de Pessoas nas Universidades
- Apresentação dos micodiagnósticos de Cultura Organizacional UNIRV
- Fatores de Risco, Proteção Psicossocial e Trabalho
- Responsabilidade Social Corporativa

## **METODOLOGIA**

Aulas sustentadas numa aprendizagem teórico-prática, de caráter sistêmico e interdisciplinar, em ambiente síncrono 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 e o protagonismo do aluno na participação/construção do processo de aprendizagem individual e coletivo.

### **AVALIAÇÃO**

As formas de avaliação deverão contemplar a qualidade da participação nas atividades realizadas em aula, bem como a entrega de atividades escritas (microdiagnóstico de cultura, mapa prospectivo).

### **BIBLIOGRAFIA**

- BITENCOURT, Cláudia Cristina et al. *Gestão Contemporânea de Pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- BORGES-ANDRADE, J. E.; ABBAD, G. S.; MOURÃO, L.. *Treinamento, Desenvolvimento e Educação em Organizações e Trabalho* Porto Alegre: Artmed, 2006.
- DAVEL, Eduardo e VERGARA, Sylvia (orgs.). *Gestão com Pessoas e Subjetividade*. São Paulo: Atlas, 2001.
- DUARTE GOMES, A. (coord). *Psicologia das Organizações, do Trabalho e dos Recursos Humanos*. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2011.
- SAPIRO, Arão; DALPOZZO, Marco; BARBOSA, Djalma, *Dinâmicas de engajamento*, Revista DOM (Fundação Dom Cabral), v. 10, p.9-17, 2010.
- ZANELLI, José Carlos; KANAN, Lilia Aparecida. *Fatores de Risco, Proteção Psicossocial e Trabalho: organizações que emancipam ou que matam*. Lages/SC: Editora da UNIPLAC. 2018.
- ZANELLI, J. C.; BORGES-ANDRADE, J. E.; BASTOS, A. V. B. (orgs.). *Psicologia, Organizações e Trabalho no Brasil*. Porto Alegre: Artmed, p. 91-141, 2004.
- NEVES, [José Gonçalves das](#); GARRIDO, [Margarida Vaz](#); SIMÕES, Eduardo. *Manual de Competências Pessoais, Interpessoais e Instrumentais – Teoria e Prática*. Edições Sílabo, Lda. 3.a Edição – Lisboa, 2015.
- NEVES, José Gonçalves das; VINAGRE, Maria Helena. *Qualidade de Serviço: Diagnosticar para Intervir: O Gap Model*. Edições Sílabo, Lda. 1.a Edição – Lisboa, 2018.
- SAETA, [Beatriz Regina Pereira \(org\)](#). *A Diversidade Humana e o Contexto Laboral*. Ed. [Mackenzie](#). São Paulo, 2016.
- BARBOSA et al. *Cultura e diferença nas organizações*. São Paulo: Atlas, 2009.
- MARIOTTI, Humberto. *Pensamento Complexo*. São Paulo: Atlas, 2007.

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Sistemas de Informação Gerenciais**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15      Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104402

Professor: Dr. Ivan Lapuente Garrido e Dr. José Carlos Freitas Jr.

## **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**

O contexto da estratégia como pano de fundo para a compreensão da construção de um Sistema de informação gerencial

Sistema de Informação na Gestão Acadêmica

O que é SIG?

SIG no Contexto da Transformação Digital

Estratégia X SIG: aplicação

## **OBJETIVOS**

Compreender o contexto do pensamento estratégico e identificar as diferentes informações pertinentes à criação de um sistema de informações gerenciais.

Compreender como o sistema de informação pode apoiar a gestão acadêmica.

Compreender, a partir de uma visão de negócios, o que é SIG.

Visitando alguns exemplos de SIG.

Discussão sobre as novas tecnologias e SIG.

Identificar tecnologias que podem apoiar o Sistema de Informação.

Identificar elementos para a construção de um SIG.

## **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:

50% participação do aluno em aula (presença e envolvimento – avaliação subjetiva do professor)

50% realização do trabalho final.

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

DUCLÓS, L. C.; SANTANA, V. L.; *Ciclo Estratégico da Informação: Como colocar a TI no seu devido lugar*. Curitiba: Editora Champagnat, 2009.

FNQ – FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE. *Modelo de Excelência da Gestão (MEG) Instrumento de Avaliação da Maturidade da Gestão*, Fundação Nacional da Qualidade, 21ª. Edição, São Paulo, 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. *Alinhamento*. Rio de Janeiro, Elsevier Editora, 2008

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

KLUBECK, M. *Métricas: Como melhorar os principais resultados de sua empresa*. NovaTec São Paulo 2012

**LAUDON, Kennet C; LAUDON, Jane P. Management Information Systems: managing the digital firm. Pearson, 2022.**

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*, v.3, n. 11, p 8403-8409, 2014.

DAVENPORT, T. H.; SHORT, J. E.; The New Industrial Engineering: Information Technology and Business Process Redesign. *MITSloan Management Review*; v.31, n.4, p. 11-27, summer 1990. Disponível em <https://sloanreview.mit.edu/article/the-new-industrial-engineering-information-technology-and-business-process-redesign/>. Acessado em 28 nov 2017.

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 II - Inovação e Relação Universidade-Empresa**

Semestre: 2020/2

Carga horária: - 30h Créditos: - 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: - 107420\_T04

Professores: Luis Felipe Maldaner

José Carlos da Silva Freitas Junior

## **EMENTA**

Apresentação de temas novos ou emergentes da área de gestão e negócios, a partir dos resultados de pesquisas dos professores do programa e de professores visitantes, abordando assuntos afins aos temas da área de Gestão e Negócios e conteúdos relacionados às linhas de atuação do Programa não contemplados nas demais atividades acadêmicas do programa.

Ementa específica: Os alunos terão oportunidade de conhecer o ecossistema de inovação e se apropriar do conceito de startup e da lógica que rege o surgimento dessas empresas nascentes de base tecnológica. Além disso, terão contato com áreas de inovação, tais como o Parque Tecnológico Tecnosinos, a área de Inovação da cidade de Porto Alegre, conhecida como Instituto Caldeira e a Incubadora Unitec. Espera-se que possam estabelecer relações práticas entre as disciplinas estudadas em semestres anteriores, tais como Gestão da Inovação, Estratégia e Desenvolvimento Tecnológico, além de ter contato com o tema da relação entre Universidade e as Empresas.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Serão tratados um conjunto de informações e conteúdos, 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.

## **OBJETIVOS**

- Apresentar um aprofundamento em temas relativos a ecossistema de inovação e à integração da Universidade com Empresas.

- Promover o conhecimento da cultura de inovação local.
- Promover interação com espaços de inovação, como Parques Tecnológicos, Incubadoras e Áreas de inovação, através de visitas “in loco” ao Tecnosinos e sua incubadora.

### **METODOLOGIA**

A disciplina será desenvolvida em duas etapas. A primeira dela será de visitas técnicas a áreas de Inovação em Porto Alegre e ao Parque Tecnológico e Incubadora em São Leopoldo. A segunda etapa será a de aulas presenciais quando serão ministrados temas relacionados com os ecossistemas de Inovação e a sua aplicação prática. Serão também realizados trabalhos em grupo para discussão e elaboração de projeto de aplicação prática sobre os conteúdos ministrados e as visitas técnicas realizadas.

### **AVALIAÇÃO**

Para a avaliação final da disciplina será solicitado aos alunos que produzam um trabalho em grupo, desenvolvendo um projeto de aplicação prática na relacionando um ecossistema de inovação com vistas ao desenvolvimento regional.

### **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 universidad 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: **Economia Internacional**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15      Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104383

Professor: Pro. Dr. Marcos Tadeu Caputi Lélis

## **EMENTA**

Teorias do Comércio Internacional: das vantagens absolutas de Adam Smith à nova Teoria do Comércio Internacional. Teoria e Prática da Política Comercial. O Multilateralismo e a Estrutura de Comércio administrada pela Organização Mundial de Comércio (OMC). Blocos Econômicos: teoria, mensuração e evidência. Balanço de Pagamentos e Câmbio. O Setor Externo da Economia Brasileira.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Teoria Clássica do Comércio: Vantagens Absolutas e Vantagens Comparativas

Teoria Neoclássica do Comércio: Dotação de Fatores e o Modelos de Heckscher-Ohlin

Economias de Escala e Concorrência Imperfeita

Crescimento Econômico e Comércio Internacional: crescimento via aumento de dotação de fatores; crescimento via progresso técnico; e crescimento econômico orientado para as exportações\*

Crescimento Econômico Limitado pelo Balanço de Pagamentos

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

Disciplina: **Estudo das Organizações – Turma 1**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 15h    Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104395

Professor: Prof. Dr. José Antônio Valle Antunes Júnior

## **EMENTA**

Análise da evolução do pensamento em Administração enfatizando o desenvolvimento das diferentes abordagens teóricas no contexto cultural, social e econômico em que foram estabelecidas. Aplicação dos principais conceitos dos estudos organizacionais à realidade brasileira. Discussão sobre as perspectivas futuras da gestão no Brasil e no mundo, abordando os desafios impostos pela globalização. Estudos de casos de empresas brasileiras competitivas no mercado mundial e de empresas que não resistiram à competição, analisando à luz das contribuições dos principais autores nacionais e estrangeiros as características que levam as empresas ao sucesso.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- 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
- 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
- Energia, Sociedade e Ambiente no século XX e XXI
- Reestruturação Industrial pós-crise internacional de Petróleo:
- Sistema Toyota de Produção (STP)/Produção Enxuta;
- Sistema Hyundai de Produção;
- Distritos Industriais
- Sociedade, Reestruturação Industrial e Competitividade Redes;
- A Economia da Cooperação

- Inovação
- Os negócios e a digitalização
- A industrialização brasileira pós-crise internacional do petróleo;
- O Capitalismo de Laços e suas implicações na competitividade no Brasil.

### **METODOLOGIA**

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

### **AVALIAÇÃO**

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

### **BIBLIOGRAFIA BÁSIC E COMPLEMENTAR**

ABUCHAIM, V. R. O Tropeiro Que Se Fez Rei, Gráfica Mosca Ltda., Porto Alegre, RS, 2013

Antunes, J.A.V; Horn, C.H; Pellegrin, I.D. e Vaz, E. Remando Contra a Maré: A Política Industrial do RS (2011 a 2014), Editora Bookman, 2017

BECATTINI, GIACOMO. 'Os Distritos Industriais na Itália'. In: Urani, Adré et al. (orgs.) Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da Terceira Itália. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

BERTERO, C.O. Ensino e Pesquisa em Administração. Coleção Debates em Administração. Editora Thompson, 2006, São Paulo.

BRESSER PEREIRA, L.C, A Construção Política do Brasil, Editora 34, São Paulo, 2014, 464p.

CALDEIRA, J. Nem Céu, Nem Inferno: Ensaios para uma Visão Renovada da História do Brasil, Editora Estrela, São Paulo, 2015.

CASTELS, M. A Sociedade em Rede - A Era da Informação: Volume 1, Editora Paz e Terra, 2007.

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.

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'. Instituto Humanitas Unisinos, São Leopoldo-RS, Cadernos IHU Idéias, ano 4, n.47, 16p, 2006.

'Reestruturação produtiva e padrão de organização industrial'. In: Becker, Dinizar F. (org.) Competitividade: o (des)caminho da globalização. Lajeado: FATES, 1988.

'Inovações e Mudanças na Organização Industrial'. Ensaios FEE, Porto Alegre, v.21, n.2, p.7-31, 2000.

Costa, Beatriz M. 'Cooperação e capital social em arranjos produtivos locais'. RDE – Revista de Desenvolvimento Econômico, ano IX, n. 15, pp. 51-60, janeiro de 2007.

DRUCKER, P. Post-capitalist Society, Harder Business, New York, 1993.

Ford, H. Hoje e Amanhã, Companhia Editora Nacional, São Paulo, 1927.

Ford, H. Minha Vida e Minha Obra, Companhia Editora Nacional, São Paulo, 1926.

Galloway, S. Os Quatro: Apple, Amazon, Facebook e Google – o Segredo dos Gigantes da Tecnologia. Editora HSM, 2017, São Paulo.

KIM, C., JO, H., JEONG, J., Modular Production and Hyundai Production System: The Case of Hyundai MOBIS (in Korean), Economy and Society, 92, 351-385, 2011.

LEFF, N. Subdesenvolvimento e Desenvolvimento no Brasil, Volumes 1 e 2, Editora Expressão e Cultura, 1991.

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, Editora Campus, Rio de Janeiro, 2011.

LEE, B., JO, H. The mutation of the Toyota Production System: adapting the TPS at Hyundai Motor Company. International Journal of Production Research, 45(16), 3665–3679, 2007.

LIMA, M.C. Os Boêmios Cívicos: A Assessoria Econômico-Político de Vargas (1951-54), Centro Internacional Celso Furtado/Banco do Nordeste, E- Papers Serviços Editoriais, 2013, Rio de Janeiro.

MAZZUCATO, The Entrepreneurial State, Pen University, Editora Demos, Magdalen House, London, UK, June, 2011.

MUSACCHIO, A & LAZZARINI, G.L. Reinventando o Capitalismo de Estado – O Leviatã nos Negócios: Brasil e Outros Países, Portfólio-Penguin/Editora Schwarcz, São Paulo, 2015.

MULLER, C.A. A História Econômica do Rio Grande do Sul. Edição Comemorativa aos 70 anos do Bannisul – 1928/1998. Imprensa Editora Grande Sul, 1998, Porto Alegre, RS.

NETTO, J.N. A Saga do Álcool: Fatos e Verdades sobre os 100 anos de História do Álcool em Nosso País. Editora Novo Século.2007, São Paulo.

NUNES, F.L., Sistema Hyundai de Produção: uma proposição de modelo conceitual, Dissertação de Mestrado, PPGEPS/UNISINOS, Brazil, 2015.

OHNO, T. Sistema Toyota de Produção – Além da Produção em Larga Escala, Porto Alegre, Editora Bookman, 1997.

PORTER M.E. The Competitive Advantage of Nations. Free Press: New York, 1990.

PORTER, M.E.; Heppelmann. Como Produtos Inteligentes e Conectados estão Transformando a Competição, Harvard Business Review Brasil, Edição de 30/05/2016.

PRADO, JR. Formação do Brasil Contemporâneo, Editora Brasiliense, São Paulo, 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, Editora Bookman, Porto Alegre, 2015.

ROGERS, DAVID L. Transformação Digital – Repensando o seu Negócio para a Era Digital, Editora Autêntica Business, São Paulo, 2019.

RIBEIRO, D. O Povo Brasileiro: A Formação e o Sentido do Brasil, Companhia das Letras, Editora Shwarcz, 1995, São Paulo.

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, XIV, Florianópolis/SC, Anais ... v. 6, pp. 143-159, 1990.

SCHEER, A.S. Enterprise 4.0 – From Disruptive Business Model to the Automation of Business Processes. Volume 2, AWSi Publishing August Wilhelm-Scheer Institut, January, 2019.

SCHWARCZ, L.M. As Barbas do Imperador – Dom Pedro II um monarca nos trópicos, Editora Companhia das Letras, segunda Reimpressão, 1988, Editora Schwarcz, São Paulo.

SLOAN, A. Meus Anos com a General Motors, Negócios Editora, 2001, São Paulo.

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. Ensaios 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, Toyota Motor Corporation, 1987.

YERGIN. D. O Petróleo: Uma História Mundial de Conquistas, Poder e Dinheiro. Editora Paz e Terra, 2010, São Paulo.

VIDAL, J.W. “De Estado Servil a Nação Soberana – Civilização Solidária dos Trópicos”, Editora Vozes, Petrópolis, Rio de Janeiro, 1987.

WILLIAMSON, OLIVER E. 'The modern corporation: origins, evolution, attributes'. Journal of Economic Literature, vol. XIX, December, pp. 1537-1568, 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  Doutorado

Disciplina: **Gestão Estratégica**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 30      Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104396

Professor: Prof. Dr. Jorge Verschoore

## **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**

A emergência da estratégia empresarial no pós-guerra.

O design e o planejamento estratégico

A racionalidade econômica na gestão estratégica.

O legado de Michael Porter

A ascensão do incrementalismo lógico.

Estratégias Deliberadas X Estratégias Emergentes

Os recursos estratégicos e as competências centrais

Modelos de Negócio

Ecossistemas e estratégias enxutas

Plataformas estratégicas

## **OBJETIVOS**

## **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

### **BIBLIOGRAFIAS BÁSICA E COMPLEMENTAR**

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.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de**

**Estratégia: um Roteiro pela Selva do Planejamento**. Porto Alegre, Ed. Bookman, 2000. **Capítulo 2.**

HENDERSON, B. D. The origin of strategy. **Harvard Business Review**, v. 67, n. 6, p. 139-143, 1989.

MINTZBERG, H. The design school: reconsidering the basic premises of strategic management. **Strategic Management Journal**, v.11, n.3, p.171-195, 1990.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de Estratégia: um Roteiro pela Selva do Planejamento**. Porto Alegre, Ed. Bookman, 2000. **Capítulo 4.**

PORTER, M. E. How Competitive Forces Shape Strategy. **Harvard Business Review**, v.57, n.2, p.137-145, 1979.

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

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de Estratégia: um Roteiro pela Selva do Planejamento**. Porto Alegre, Ed. Bookman, 2000. **Capítulo 7.**

- MINTZBERG, H, Crafting Strategy. **Harvard Business Review**, v.66,n. 4, p. 66-75, 1987.
- MINTZBERG, H. The Fall and Rise of Strategic Planning. **Harvard Business Review**, v.72, n.1, p.107-114, 1993
- 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.
- BRANDENBURGER, A. M; NALEBUFF, B. J. The Rules of Coopetition. **Harvard Business Review**, v. 99, n.1, p. 48-57, 2021.
- CAMERER, C. F. Does strategy research need game theory? **Strategic Management Journal**, v.12, n.S2, p. 137-1152, 1991.
- BARNEY, J. B. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management**, v,17, n.1, p. 99-120, 1991.
- PRAHALAD, C. K.; HAMEL, G. The Core Competence of the Corporation. **Harvard Business Review**, v. 68, n. 3, p. 79-91, 1990.
- WERNERFELT, Birger. A resource-based view of the firm. **Strategic Management Journal**, v. 5, n. 2, p. 171-180, 1984.
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers**. John Wiley & Sons, 2010.
- MAGRETTA, J. Why business models matter. **Harvard Business Review**, v. 80, n. 5, p. 86-92, 2002.
- SHAFER, S. M.; SMITH, H. J.; LINDER, J. C. The power of business models. **Business Horizons**, v. 48, n. 3, p. 199-207, 2005.

## **IDENTIFICAÇÃO**

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

Nível:  Mestrado  Doutorado

### **Disciplina: Laboratório de Desenvolvimento de Liderança**

Semestre: 2022/2

Carga horária: 30      Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104392

Professor: Profs. Drs. Patrícia M. Fagundes Cabral e José Carlos Freitas Jr

## **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**

Combinações gerais

Contextualização: Liderança em um mundo complexo

Concepções da liderança

A liderança no contexto do agronegócio

Competências fundamentais aos líderes contemporâneos

Liderança e gestão de conflitos

Feedback e sistemas de avaliação

Gestão do Conhecimento e liderança

A liderança como processo social

O processo de construção da identidade de liderança

importância do autoconhecimento para a prática de liderança

A Liderança Tóxica

O papel dos líderes no processo de decisório nas cooperativas

Os desafios dos líderes na gestão da mudança

Os desafios do líder na era digital

Gestão de Equipes Virtuais

Autoconhecimento, Propósito e Liderança

## **OBJETIVOS**

## **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.

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

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*, 2010. Vol. 35, n° 4, 627-647

DUARTE GOMES, A. (coord). Psicologia das Organizações, do Trabalho e dos Recursos Humanos. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2011. KETS DE VRIES, M. Reflexões sobre Caráter e Liderança. Porto Alegre: Bookman, 2010.

PADILLA, HOGAN E KAISER. The toxic triangle: Destructive leaders, susceptible followers, and conducive environments *The Leadership Quarterly* 18 (2007) 176–194. RUGG-GUNN, Mike. Why Charismatic Leaders are not always the answer... Human Asset Development International Limited - HADIL. UK, 2011.

SHAWN BURKE, KEVIN C. STAGL, CAMERON KLEIN, GERALD F. GOODWIN, EDUARDO SALAS, STANLEY M. HALPIN (2006). What type of leadership behaviors are functional in teams? A meta-analysis, *The Leadership Quarterly* 17 (2006) 288–307.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ANTONAKIS, John; FENLEY, Marika; LIECHTI, Sue. Learning Charisma. *Harvard Business Review*, jun-2012. p.. 127-130. 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*. São Paulo, ANPAD, 2009. *Anais*.

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

SHAMAS-UR-REHMAN TOOR; GEORGE OFORI. Positive Psychological Capital as a Source of Sustainable Competitive Advantage for Organizations. *Journal of Construction Engineering and Management* © Asce / March 2010.

WHEATLEY, Margaret J. . *Liderança em Tempos de Incerteza*. São Paulo: Cultrix, 2006. WHITE, Joseph. *A Natureza da Liderança*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.