

## **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ( X ) Mestrado ( ) Doutorado

Disciplina: Marketing Internacional

Semestre: 2011/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina:

Requisitos de matrícula:

Professor: Dr. Ivan Lapuente Garrido

## **EMENTA**

A disciplina de Marketing Internacional aborda a gestão da área de *marketing* no processo de internacionalização das organizações. Trata dos antecedentes, das consequências e das decisões de marketing a respeito do posicionamento competitivo, das formas de entrada e da gestão do composto mercadológico em ambientes internacionais.

## **OBJETIVOS:**

- Aprofundar e sistematizar os conhecimentos relacionados a Marketing Internacional.
- Desenvolver a capacidade de análise dos diferentes fatores que afetam a tomada de decisão em Marketing na internacionalização de empresas.
- Desenvolver a capacidade de análise das diferentes opções estratégicas de atuação internacional das organizações.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

### Bloco I: Estratégias de Marketing Internacional

As Escolas de Internacionalização e as Estratégias de Entrada em Mercados Internacionais

Estratégias de Marketing Internacional - Adaptação e padronização

Estratégias de Marketing Internacional - Orientação para mercado externo

Estratégias de Marketing Internacional

Bloco II: O Ambiente Internacional e o Composto Mercadológico

Ambiente Internacional

Produto e Promoção Internacional

Preço e Canal Internacional

Segmentação Internacional

*Performance* Internacional - Mensuração da *Performance* Internacional

*Performance* Internacional – Determinantes da *Performance*

*E-commerce e Internet*

Palestra ou Visita Técnica (Empresa)

Pesquisa em Marketing Internacional / Internacionalização

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

CADOGAN, John W.; DIAMANTOPOULOS, Adamantios. Narver and Slater, Kohli and Jaworski and the Market Orientation Construct: Integration and Internationalization. **Journal of strategic Marketing**, Oxfordshire, v. 3, n. 1, p. 41-60, 1995.

CAVUSGIL, S. T.; ZOU, S. Marketing Strategy-Performance relationship: An investigation of the empirical Link in Export Market Ventures. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 58, p. 1-21, jan. 1994.

FRIEDMAN, T. L. **O Mundo é Plano**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

GEMAWHAT, P. **Redefinindo Estratégia Global**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

HOFSTEDE, F. Ter; STEENKAMP, Jan-Benedict E. M.; WEDEL, M. International Market Segmentation Based on Consumer-Product relations. **Journal of Marketing Research**, Chicago, v. 36, p. 1-17, fev. 1999.

KATSIKEAS, C S.; SAMIEE, S; THEODOSIOU, M. Strategy Fit and Performance Consequences of International Marketing Standardization. **Strategic management Journal**, Bingley, v. 27, n. 9, p. 867-890, set. 2006.

OSLAND, G E.; TAYLOR, C R.; ZOU, Shaoming. Selecting International Modes of Entry and Expansion. **Marketing Intelligence and Planning**, Bingley, v. 19, n. 3, p. 153-161, 2001.

WHITELOCK, J. Viewpoint: Theories of Internationalization and their Impact on Market Entry. **International Marketing Review**, Bingley, v. 19, n. 4, p. 342-347, 2002.

ZOU, S; CAVUSGIL, S. T. Global Strategy: A Review and an Integrated Conceptual Framework. **European Journal of Marketing**, Chicago, v. 30, n. 1, p. 52-69, 1996.

ZOU, S; TAYLOR, C; OSLAND, E. G. The EXPERF Scale: A Cross-National Generalized Export Performance Measure. **Journal of International Marketing**, Chicago, v. 6, n. 3, p. 37-58, 1998.

## **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

AGARWAL, Manoj K. Developing Global Segments and Forecasting Market Shares: A Simultaneous Approach Using Survey Data. **Journal of International Marketing, Chicago**, Chicago, v. 11, n. 4, p. 56-80, 2003.

BRADLEY, Frank; SOUSA, Carlos M. P. Global Markets: Does Psychic Distance Matter? **Journal of strategic Marketing**, Oxfordshire, v. 13, p. 43-59, mar. 2005.

CADOGAN, John W.; DIAMANTOPOULOS, Adamantios. MORTANGES, Charles Pahud. A Measure of Export Market Orientation: Scale development and Cross-cultural Validation. **Journal of International Business Studies**, Basingstoke, v. 30, n. 4, p. 689, 1999.

CARPANO, Cláudio; CHRISMAN, James J. Performance Implications of International Product strategies and the Integration of Marketing Activities. **Journal of International Marketing, Chicago**, Chicago, v. 3, n. 1, p. 9-27, 1995.

CAVUSGIL, S. Tamer; CHAN, Kwong; ZHANG, Chun. Strategic Orientations in Export Pricing: A Clustering Approach to Create Firm Taxonomies. **Journal of International Marketing**, Chicago, v. 11, n. 1, pp. 47-72, 2003.

CRAFT, Stephen H. A Factor Analytic Study of International Segmentation Performance Measures. **Journal of Euromarketing**, Basingstoke, v. 13, n. 4, 2004.

DWYER, Sean; MESAK, Hani; HSU, Maxwell. An Exploratory Examination of the influence of National Culture on cross-National Product Diffusion. **Journal of International Marketing**, Chicago, v. 13, n. 2, p. 1-28, 2005.

GAO, T; The Contingency Framework of Foreign Entry Mode decisions: Locating and Reinforcing the Weakers Link. **Multinational Business Review**, St. Louis, v. 12, n. 1, p. 37, spring 2004.

KATSIKEAS, C.; LEONIDOU, L. C.; MORGAN, N. A. Firm-level export performance assessment: Review, evaluation, and development. **Academy of Marketing Science Journal**, Ruston, v. 28, n. 4, p. 493, fall 2000.

MALHOTRA, Naresh; AGARWAL, James; ULGADO, Francis M. Internationalization and Entry Modes: A Multitheoretical framework and research Propositions. **Journal of International Marketing**, Chicago, vol. 11, n. 4, p. 1-31, 2003.

McNAUGHTON, Rod B.; BELL, Jim. Channel Switching Between Domestic and Foreign Markets. **Journal of International Marketing**, Chicago, v. 9, n. 1, p. 24-39, 2000.

OGUNMOKUN, Gabriel; NG, Simone. Factors Influencing export Performance in International Marketing; A Study of Australian Firms. **International Journal of Management**, Hoboken, v. 21, n. 2, june, 2004.

PRASHANTHAM, Shameen. The Internet and International Marketing: a review. **The Marketing Review**, Argyll, v. 3, p 403-418, 2003.

PRESCOTT C. Ensign. International Channels of Distribution: A Classification system for Analyzing Research Studies. **The Multinational Business Review**, St. Louis, v. 14, n. 3, p. 95, 2006.

SHARMA, Varinder M.; ERRAMILI, M. Krishna. Resource-Based explanation of Entry Mode Choice. **Journal of Marketing theory and Practice**, Winter Park, v. 12, n. 1, p. 1, winter 2004.

SCHUILING, Isabelle; KAPFERER, Jean-Noël. Executive Insights: real Differences Between Local and International Brands: Strategic Implications for International Marketers. **Journal of International Marketing**, Chicago, v. 12, n. 4, p. 97-112, 2004.

TIMMOR, Yaron; ZIF, Jehiel. A Typology of Marketing Strategies for Export. **Journal of Global Marketing**, Abingdon, v. 18, n. 3, 2005.

TOWSEND, Janell; D. YENIYURT, Segun; DELIGONUL, Seyda; CAVUSGIL, S. Tamer. Exploring the Marketing Program Antecedents of Performance in a Global Company. **Journal of International Marketing**, Chicago, v. 12, n. 4, p. 1-24, 2004.

WERNER, Steve; BROUTHERS, Lance E. How International is Management? **Journal of International Business Studies**, Basingstoke, v. 33, n. 3, p. 583-591, third quarter 2002.

ZOU, Shaoming; CAVUSGIL, S. Tamer. Global Strategy: A Review and an Integrated Conceptual Framework. European. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 30, n. 1, p. 52-69, 1996.

### **METODOLOGIA, TÉCNICAS E RECURSOS DE ENSINO (MATERIAIS):**

Aulas expositivas e seminários para discussão em aula.

Elaboração de ensaios teóricos sobre os temas tratados em aula.

Palestra ou visita técnica com empresa atuante no mercado externo.

### **AValiação**

Apresentação de seminários (Peso 3).

Resenha crítica dos textos (Peso 2).

Trabalho individual, com o desenvolvimento de um artigo sobre temas abordados na disciplina. Serão avaliadas a coerência do estudo e a compreensão sobre temas tratados em aula (Peso 5).

## **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ( X ) Mestrado ( ) Doutorado

Disciplina: **Estatística Aplicada à Administração**

Semestre: 2011/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 06717

Requisitos de matrícula:

Professor (a): Dr. Celso Augusto de Matos

## **EMENTA**

Discussão dos métodos estatísticos de análise de dados mais relevantes. Partindo da contextualização dos diversos métodos estatísticos no âmbito das pesquisas científicas, a identificação do método mais adequado para cada tipo de pesquisa, bem como para a correta interpretação das análises realizadas.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Análise estatística descritiva  
Probabilidade, amostragem e distribuições  
Testes de hipóteses  
Análise de correlação  
Análise de diferenças entre duas condições: teste  $t$   
Questões de significância  
Medidas de associação  
Análise de Variância (Anova)  
Análise de Regressão  
Análise Fatorial  
Avaliação de escalas

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

DANCEY, C. P.; REIDY, J. **Estatística Sem Matemática Para Psicologia**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.  
HAIR, J. F.; BABIN, B.; MONEY, A.H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

## BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ANDERSON, D. R.; SWEENEY, D. J.; WILLIAMS, T. A. **Estatística Aplicada à Administração e Economia**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- BISQUERRA, R.; SARRIERA, J. C.; MARTÍNEZ, F. **Introdução à Estatística: enfoque informático com o pacote estatístico SPSS**. Porto Alegre: Artmed, 2004.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- DOUGLAS, D. CLARK, J. **Estatística aplicada**. São Paulo: Saraiva, 1998.
- FREUND John E.; SIMON Gary A . **Estatística aplicada: economia, administração e contabilidade**. 9. ed. Porto Alegre: Bookmann, 2000.
- HAIR, J.F. et al. **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- MORGAN, G. A.; GRIEGO, O. V. **Easy use and interpretation of SPSS for Windows: answering research questions with statistics**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Assoc, 1998.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001
- NEWBOLD, Paul. **Statistics for business and economics**. 4. ed. New Jersey: Prentice-Hall, 1995.
- PESTANA, M. H.; GAGEIRO, J. N. **Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS**. 2. ed. Lisboa: Sílabo, 2000.
- SILVER, Mick. **Estatística para Administração**. São Paulo: Atlas, 2000.
- STEVENSON, William J. **Estatística aplicada a administração**. 1. ed. São Paulo: Harper & Row, 1981.

### E-BOOKS:

- GARSON, D. **Statnotes: Topics in Multivariate Analysis**. Disponível em: <<http://faculty.chass.ncsu.edu/garson/PA765/statnote.htm>>. Acesso em: 09 fev. 2010.
- STATSOFT **Electronic Statistics Textbook**. Disponível em: <[www.statsoft.com/textbook/](http://www.statsoft.com/textbook/)>. Acesso em: 09 fev. 2010.
- TROCHIM, W. **The Research Methods Knowledge Base**. Disponível em: <[www.socialresearchmethods.net/kb/](http://www.socialresearchmethods.net/kb/)>. Acesso em: 09 fev. 2010.

**\*Artigos de periódicos recomendados durante o desenvolvimento das aulas.**

## AValiação

As aulas serão desenvolvidas por meio da combinação de várias abordagens de ensino aprendizagem. De modo geral, a primeira parte da aula será dedicada à apresentação do conteúdo, com base em uma exposição dialogada. Na segunda parte da aula, o foco será nas aplicações das técnicas estatísticas, buscando uma integração entre conteúdo e prática. Algumas aulas poderão ocorrer no laboratório de informática a fim de desenvolver aplicações com o SPSS (*Statistical Package for the Social Science*).

A avaliação será realizada em função de: (i) trabalhos parciais (individuais ou em grupos), com peso de 40%; (ii) um trabalho final (individual), com peso de 30% e (iii) uma prova final (individual), com peso de 30%. Em todos os trabalhos será levado em

consideração o correto uso do SPSS e da correta e completa interpretação dos resultados.

## **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ( X ) Mestrado ( ) Doutorado

Disciplina: **Estratégia das Organizações**

Semestre: 2011/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 6998

Requisitos de matrícula:

Professores: Iuri Gavronski e Rafael Teixeira

## **EMENTA**

Esta disciplina visa a abordar os conceitos e processos básicos para uma empresa posicionar-se estrategicamente. Propõe-se discutir as opções estratégicas a partir da análise dos ambientes externo e interno. A disciplina destaca as possibilidades de sustentação das posições competitivas considerando a especificidade da dinâmica concorrencial em diversos setores.

### **Objetivos:**

Compreender e analisar criticamente o conceito de estratégia e seus benefícios para a organização.

Discutir as vantagens e limitações das diferentes correntes do pensamento estratégico.

Entender o processo de acumulação de recursos e o contexto representado pelo ambiente externo.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Perspectiva histórica e conceitos.

O ambiente externo.

O posicionamento estratégico

Vantagem competitiva;  
Valor  
Escopo competitivo  
Construção e sustentação da vantagem competitiva  
A cadeia de valor;  
Atividades e direcionadores;  
A visão com base em recursos (RBV);  
O processo de formulação estratégica;  
Estratégia e o mercado global;  
Médias empresas e o mercado global;  
Empresas dos países emergentes e o mercado global..

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- BESANKO, D. et al. **A economia da Estratégia**. Porto Alegre: Artmed, 2006
- FLECK, D. L. Crescimento, Dominância Continuada e Declínio da Empresa: Insights das Histórias da General Electric e Westinghouse. **Revista de administração contemporânea**, [S.l.], v. 8, ed. Especial, p. 79-106, 2004.
- GHEMAWAT, Pankaj. **A estratégia e o cenário dos negócios**. Porto Alegre: Bookman, 2000. 380 p.
- GRANT, Robert M. Strategic planning in a turbulent environment: evidence from the oil majors. **Strategic Management Journal**, England, Baffins Lane, v. 24, p. 491-517, 2003.
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- PORTER, Michael. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústria e concorrência**. Rio de Janeiro: Campus, 1986.
- PORTER, Michael. Towards a dynamic theory of strategy. **Strategic Management Journal**, Baffins Lane, v. 12, Summer, Special Issue, p. 95 - 117, 1991.

HEXSEL, A. E. A Construção e Sustentação da Vantagem Competitiva por Pequenas Empresas: O Caso da Baldo. **Revista Eletrônica de Administração de Empresas-READ**, v. 13 n. 3, p. 1-27, set./out. 2007.

PAIVA, E. L.; HEXSEL, A. E. Contribuição da Gestão de Operações para a Internacionalização de Empresas. **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, Rio de Janeiro Brasil, v. 9, n. 4, p. 73-95, out./dez. 2005.

RABELLOTTI, R. How Globalisation Affects Italian Industrial Districts: The Case of Brenta. In: RSA INTERNATIONAL CONFERENCE, 2003, Pisa. **Proceedings...** Pisa, Italy: Università del SIMON, Hermann. **As campeãs ocultas**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ANSOFF, H. Igor; CDONNELL, Edward J. **Implantando a administração estratégica**. São Paulo: Atlas, 1993. 590 p.

GEREFFI, G. International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain. **Journal of International Economics**, Amsterdam, v. 48, p. 37-70, 1999.

GRANT, Robert M. The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. **California Management Review**, Berkeley, v. 33, n. 3, p. 114 – 135, Spring 1991.

HEXSEL, A. E. O Sucesso Internacional da Marcopolo: Uma Visão com Base em Recursos. **Revista Eletrônica de Administração de Empresas - READ**, Franca, v. 10, n. 4, jul./ago. 2004.

HEXSEL, Astor E.; HENKIN, H. H. Os conceitos de eficácia operacional e estratégia propostos por Porter: fundamentos econômicos e análise crítica. **Revista de Administração da USP**, São Paulo, v.38, n. 3, p. 254-259, jul./ago./set. 2003.

HOOPEs, D. G.; MADSEN T. L.; WALKER, G. Guest editor's introduction to the special issue: why is there a resourced based view? Toward a theory of competitive heterogeneity. **Strategic Management Journal**, Baffins Lane, England, v. 24, p. 889-902, 2003.

BARTLETT, Christofer A.; GOSHAL, Sumantra. Going global, lessons from late movers. **Harvard Business Review**, Boston, v. 78, n. 2, p. 133 - 142, Mar./Apr. 2000.

COLLIS, David J.; MONTGOMERY, Cynthia A. Competing on resources: strategy in the 1990s. **Harvard Business Review**, Boston, v. 73, n. 4, p. 118 - 128, Jul./Aug. 1995. \_\_\_\_\_. Creating corporate advantage. **Harvard Business Review**, Boston, v. 76, n. 3, p. 71 - 83, May/June 1998.

COURTNEY, Hugh; KIRLAND, Jane; VIGUERIE, Patrick. Strategy Under Uncertainty. **Harvard Business Review**, Boston, v. 75, n. 6, p. 67 - 79, 1997.

FAIRBANKS, M.; LINDSAY, S. **Arando o mar: fortalecendo as fontes ocultas do crescimento em países em desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Quality Mark, 2000.

### **AVALIAÇÃO**

Participação:	30 %	(individual)
Exame parcial:	20%	(individual)
Exame final:	50%	(individual)

## **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ( X ) Mestrado ( ) Doutorado

Disciplina: **Gestão de Competências: Estratégias e Situações de Aprendizagem nas Organizações**

Semestre: 2011/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 07970

Requisitos de matrícula:

## **EMENTA**

A disciplina aborda a gestão de competências enfatizando a visão dinâmica (processual) e a importância da interação na consolidação das competências. Apresenta a evolução do tema, os principais autores e abordagens e busca contextualizar a análise das competências a partir da realidade brasileira e internacional, considerando-se aspectos relacionados à competitividade e especificidade das organizações.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

A competitividade e o desenvolvimento de *core competence*.

O desdobramento estratégico através de práticas organizacionais e a necessidade de uma atuação mais efetiva das pessoas.

A evolução histórica da gestão de recursos humanos e as práticas de treinamento – possibilidades e limitações.

A necessidade de se repensar o perfil de Recursos Humanos frente ao cenário competitivo e o papel das pessoas no gerenciamento de suas competências (a questão do autodesenvolvimento).

Evolução histórica e diferentes abordagens acerca das competências (conceitos).

O desenvolvimento de competências no Brasil – dificuldades e vantagens.

A experiência na gestão de competências em outros países.

A questão das práticas formais e informais relacionadas à gestão de competências.

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BITENCOURT, Claudia et al. **Gestão contemporânea de pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FOSS, N.; KNUDSEN, T. The Resource-Based Tangle: Towards a Sustainable Explanation of Competitive Advantage. **Managerial and Decision Economics**; England, v. 24, n. 4, p. 291-307, Jun. 2003.

HAMEL, G.; PRAHALAD, C. **Competindo pelo Futuro**. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

LE BOTERF, G. **Desenvolvendo a Competência dos Profissionais**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

SANCHEZ, R.; HEENE, A.; THOMAS. **Dynamics of Competence-Based Competition**. Oxford: Pergamon, 1996.

SANDBERG, Jögen. Understanding Human Competence at Work: an interpretative approach. **The Academy of Management**, v. 43, n.1, p. 9-25, Feb. 2000.

SPENCER Jr; SPENCER, S. **Competence at Work**. New York; John Wiley & Sons, 1993.

TEECE, D.; PISANO, G; SHUEN, A. Dynamic Capabilities and Strategic Management. **Strategic Management Journal** (1986-1998), Chichester, v. 18, n. 7, p. 509-533, Aug. 1997.

ULRICH, D.; LAKE, D. **Organizational Capability**. New York: John Wiley & Sons, 1990.

ZARIFIAN, P. **Objetivo Competência**. São Paulo: Atlas, 2001.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BONOTTO, F.; BITENCOURT, C. Os Elementos das Competências Coletivas em Grupos de Trabalho – a Experiência da COPESUL. In: ENANPAD, 30, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: Bahia, 2006.

DALL'ALBA, Gloria; SANDBERG, Jörgen. Educating for Competence in Professional Practices. **Instructional Science**, v. 24, n. 6, p. 411-437, Nov. 1996.

DUTRA, J. **Gestão de Pessoas com Base em Competências**. (mimeo, s/ referência).

HERZOG, T. L. Aproximación a la ventaja competitiva com base em los recursos. **Asociacion de Licenciados em Ciencias Economicas por la Universidad Comercial de Deusto**, Bilbao, v. LVI, n. 172, p. 5-21, abr. 2001.

OLIVEIRA Jr., M. Competências Essenciais e Conhecimento na Empresa. In: FLEURY, M.; OLIVEIRA Jr. **Gestão Estratégica do Conhecimento**. São Paulo: Atlas, 2001. p. 121-156.

RUAS, R. Literatura, dramatização e ensino em administração – uma experiência de apropriação de práticas teatrais à formação gerencial . In: ENANPAD, 27, 2004. **Anais...** Curitiba: Paraná, 2004 .

SANDBERG, Jörgen; DALL'ALBA, Gloria. **Re-framing competence development at work**. Brisbane: University of Queensland, 2005. Working paper.

WINTER, S. Understanding dynamic capabilities. **Strategic Management Journal**, v. 24, n. 10, p. 991-995, Oct. 2003.

## AVALIAÇÃO

Trabalhos individuais realizados ao longo do semestre, considerando-se a capacidade de análise crítica dos alunos na discussão dos temas abordados (3 ensaios individuais);

Apresentação de artigos e desenvolvimento de seminários;

Seminário Final: Práticas Nacionais e Internacionais de Competências – apresentação (grupo).

Confecção individual de um mini *paper* (Competência no contexto da “dissertação”).

Pode ser em dupla se o *paper* abordar competências ligado a um outro tema que interesse as duas pessoas.

## **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: ( X ) Mestrado ( ) Doutorado

Disciplina: GESTÃO ORGANIZACIONAL

Semestre: 2011/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 006714

Requisitos de matrícula:

Professor: José Antonio Valle Antunes Júnior/Achyles B da Costa

## **EMENTA**

Proporcionar a compreensão da natureza sistêmica das organizações, a partir da análise das diferentes visões da gestão organizacional e da identificação dos elementos responsáveis pela potencialização da competitividade das organizações. Tais objetivos serão atingidos com o auxílio de literatura específica e de exercícios de construção de modelos de gestão organizacional.

## **CONTEUDO PROGRAMATICO**

### **1 A Transição Econômica e Gerencial entre a I e a II Revolução Industrial**

1.1 O surgimento da grande empresa nos EUA no século XIX;

1.2 A economia mundial no início do século XX;

1.3 O surgimento da 'máquina que mudou o mundo' e os pioneiros na construção da administração empresarial: as abordagens de Henry Ford e Alfred P.Sloan Jr. (Ford X General Motors);

### **2 O Padrão de Desenvolvimento Industrial: 1900-1970**

2.1 Limites do desenvolvimento econômico nos anos 1970 no contexto das crises internacionais do petróleo de 1973 e 1979 e do modelo de desenvolvimento industrial

2.2 A economia brasileira e o desenvolvimento empresarial no Brasil até o início da década de 1970;

2.3 A Reestruturação Industrial

2.3.1 Reconstruindo a Competitividade: A ótica das empresas enxutas e o Sistema Toyota de Produção;

2.3.2 Os distritos industriais

### 3 A Economia Brasileira a partir de 1970

3.1 O desenvolvimento brasileiro e a problemática da gestão no Brasil no período posterior a crise do Petróleo;

3.2 Questões energéticas e ambientais e suas implicações na economia e na administração: A abordagem de Bautista Vidal e do Modelo ZERI: As Empresas, Organizações, Instituições e Governos Economizando Recursos a Partir das Proposições Energéticas e Sociais do Século XXI;

3.3 A competição com foco na Inovação no Século XXI: Sistema Nacional de Inovação; Sistema Regional de Inovação; Sistema Setorial de Inovação; Sistema Corporativo de Inovação; Redes de Inovação;

3.4 A Sociedade em Rede e a Globalização da Economia.

### 4 Temas para Discussão

4.1 Arranjos Produtivos Locais - APLs;

4.2 A Inovação e os Sistemas de Inovação;

4.3 Gestão Energética e Ambiental;

4.4 A Gestão Pública no contexto da internacionalização de empresas;

4.5 A Internacionalização de Empresas;

4.6 A abordagem de Redes no contexto da Administração.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

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.

BRENNER, Robert (2002). **O Boom e a Bolha: os Estados Unidos na economia mundial**. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2003.

CHANDLER, Alfred D. (1988) '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: Fundação Getúlio Vargas, 1998.

CORIAT, B. **Pensar pelo Averso: o modelo japonês de trabalho e organização**. Rio de Janeiro, Editora da UFRJ/Revan, 1994.

COSTA, Achyles Barcelos da. 'O desenvolvimento econômico na visão de Joseph Schumpeter'. Instituto Humanitas Unisinos, São Leopoldo-RS, **Cadernos IHU Idéias**, São Leopoldo, ano 4, n. 47, p. 16-32, 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'. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v.21, n. 2, p. 7-31, 2000.

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

DEMING, W. E. **Qualidade: a revolução da administração**. Rio de Janeiro: Marques Saraiva, 1990.

DRUCKER, P. **Post-capitalist Society**. New York: Harper Business, 1993.

FORD, H. **Hoje e Amanhã**. São Paulo: Nacional, 1927.

FORD, H. **Minha Vida e Minha Obra**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1926.

MARGLIN, Stephen. 'Cuál es la función del jefe? Orígenes y funciones de la jerarquia en la producción capitalista'. In: PUTTERMAN, Louis (Org.) **La naturaleza económica de la empresa**. Madrid: Alianza Editorial, 1994.

MONDEN, Y. **Toyota Management System: linking the seven key functional areas**. Productivity Press, 1993.

ROMM, J. J. **Um Passo Além da Qualidade: como aumentar seus lucros e produtividade através de uma administração ecológica**. São Paulo: Futura, 1996.

ROSENBERG, Nathan; L. E. Birdzell, Jr. **A História da Riqueza do Ocidente: a transformação econômica no mundo industrial**. São Paulo: Record, 1986.

SENGENBERGER, W.; PYKE, F. Distritos industriais e recuperação econômica local: questões de pesquisa e de política. . In: URANI, Adré et al. (Orgs.) **Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da Terceira Itália**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

SELEME, A.; ANTUNES, J. A. V. Configurações da Estrutura Organizacional: Um Exame Preliminar a Partir do Sistema JIT. In: Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração, 14, 1990, Florianópolis/SC. **Anais ...** Florianópolis: EnAnpad, 1990. p. 143-159.

TAYLOR, F. W. **Princípios Gerais da Administração Científica**. São Paulo: Atlas, 1982.

Toyoda, E. **Toyota Fifty Years In Motion: an autobiography by the chairman Eiji Toyoda**. Tokyo: Toyota Motor Corporation, 1987.

VIDAL, J. W. **A Reconquista do Brasil**. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1997.

VIDAL, J. W. **Soberania e Dignidade: raízes da sobrevivência**. Petrópolis: Vozes, 1991.

VIDAL, J. W. **De Estado Servil a Nação Soberana: civilização solidária dos trópicos**. Rio de Janeiro: Vozes, 1987.

VIDAL, J. W.; VASCONCELLOS, G. F. **O Poder dos Trópicos: meditação sobre a alienação energética na cultura brasileira**. São Paulo: Casa Amarela, 1998.

WILLIAMSON, Oliver E. The modern corporation: origins, evolution, attributes. **Journal of Economic Literature**, Nashville, v. 19, p. 1537-1568, Dec. 1981.

WOMACK, J. P.; JONES, D. T. **A Mentalidade Enxuta nas Empresas: elimine o**

desperdício e crie riquezas. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

WOMACK, J. P.; JONES, D. T.; ROOS, T. **A Máquina que Mudou o Mundo**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

### **AVALIAÇÃO:**

A avaliação da disciplina será composta das seguintes partes:

- Apresentações de temas em aula e participação nas discussões em aula: 20%;
- Apresentação de um artigo com tema relacionado ao conteúdo do programa da disciplina [o artigo pode ser realizado individualmente ou em dupla:] 40 %;
- Prova individual dissertativa em aula: 40%