

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (x) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Mudanças Sociais e Organizacionais**

Semestre: 2012/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 07003

Requisitos de matrícula:

EMENTA

A disciplina aborda os processos de mudança social, seu impacto no processo produtivo; entende as organizações como processo e como produto de um processo; busca possibilitar ao estudante o conhecimento dos elementos básicos dos processos de mudança social, de forma que as mutações do processo produtivo sejam compreendidas em suas dinâmicas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

A Sociedade da Informação e seus efeitos no trabalho e nas organizações;
A Mudança Organizacional como um processo adaptativo e de aprendizagem;
Aprendizagem Organizacional e Interorganizacional;
As relações entre Mudança, Aprendizagem e Inovação:
A Teoria Institucional e a Mudança Organizacional;
Cultura e Identidade em Processos de Mudança Organizacional;
As Bases Relacionais da Mudança Organizacional.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

COOK, Scott; DVORA, Yanow. Culture and organizational learning. In: COHEN, M.; SPROULL, L. **Organizational learning**. Ca: Sage, 1995. p. 430-459.

COHEN, Wesley; LEVINTHAL, Daniel. Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation. **Administrative Science Quarterly**, New York, v. 35, p. 128-152, 1990.

CROSSAN, Mary; LANE, Henry; WHITE, Roderick. An organizational learning framework: from intuition to institution. **Academy of Management Review**, New York, v. 24, n. 3, p. 522-537, 1999.

DIMAGGIO, Walter W.; POWELL, Paul J. A gaiola de ferro revisitada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. **RAE Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 45, n. 2, p. 74-89, abr./jun. 2005.

FIOL, C. M.; LYLES, M. A. Organizational learning. **Academy of Management Review**, New York, v. 10, n. 4, p. 803-813, 1983.

MARCH, James. Exploration and exploitation in organizational learning. In: COHEN, M.; SPROULL, L. **Organizational learning**. Ca: Sage, 1995. p.101-123

NONAKA, I.; KONNO, I. The concept of “Ba”. **California Management Review**, California, v. 40, n. 3, p. 40-54, 1998.

POWELL, Walter W. Learning from collaboration: Knowledge and networks in the biotechnology and pharmaceutical industries. **California Management Review**, California, v. 40, n. 3, p. 228-240, 1998.

SWIRSKI de SOUZA, Yeda. Organizações de Aprendizagem ou Aprendizagem Organizacional. **RAEeletrônica**, São Paulo, v. 3, n. 1, 2004.

SWIRSKI de SOUZA, Yeda. A confiança nas relações intra e inter organizacionais. In: BITENCOURT, Claudia (org.). **Gestão Contemporânea de Pessoas**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARROS, Carla; ROCHA, Everardo. Dimensões culturais do marketing: teoria antropológica, etnografia e comportamento do consumidor. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 46, n. 4, p. 36-47, 2006.

BAUMANN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

CARR, Nicholas. **A grande mudança**. São Paulo: Landscape, 2008.

BROWN, Jonh Seel; DUGUID, Paul. Organizational learning and communities –of–practice. In: COHEN, M.; SPROULL. **Organizational Learning**. Thousand Oaks: Sage, 1995. p. 58-82.

DAFT, Richard; WEICK, Karl. Por um modelo de organização concebido como um sistema interpretativo. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 45, n. 4, p.73–86, 2005.

DODGSON, M. Organizational learning: a review of some literatures. **Organizational Studies**, Thousand Oaks, v. 14, n. 3, p. 375-394, 1993.

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

GHERARDI, Silvia. Knowing as desiring: mythic knowledge and the knowledge journey in communities of practitioners. **Journal of Workplace Learning**, Bingley, v. 15, n. 78, p. 352-358, 2003.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1995.

HATCH, Mary Jô; SCHULTZ, Majken. The dynamics of organizational identity. **Human Relations**, Thousand Oaks, v. 55, n. 8, p. 989-1018, 2002.

MACHADO DA SILVA, Clóvis; NOGUEIRA, Eros E. da Silva. Identidade Organizacional: um caso de Manutenção, outro de Mudança. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 5, Edição Especial, p. 35-58, 2001.

FONTENELLE, Isleide Arruda. **O NOME DA MARCA: McDonald’s: fetichismo e cultura descartável**. São Paulo: Boitempo, 2002.

PETTIGREW, Andrew M; WOODMAN, Richard W; CAMERON, Kim S. Studying organizational change and development: Challenges for future research. **Academy of Management Journal**, New York, v. 44, p. 697-708, 2001.

PROCHNO, Paulo. Learning Curve? Which One? **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 39, p. 159-177, 2005.

REILLY, C.; THUSMAN, M. The ambidextrous organization. **Harvard Business Review**, Harvard, v. 82, p. 71-91, 2004.

RITZER, G. **The McDonaldisation of Society**. Thousand Oaks: Pine Forge, 2000.

WEICK, Karl; WESTLEY, Francis. Organizational learning; affirming an oxymoron. In: CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. (org.). **Handbook of organizational studies**. London: Sage, 1994. p. 440-458

WEICK, Karl. **Sensemaking in organizations**. London: Sage, 1995.

ZIETSMA, Charlen; WINN, Monika; BRANZEI, Oana; VERTINSKY, Ilan. The war of the woods: facilitators and impediments of organizational learning processes. **British Journal of Management**, London, v. 13, p. 61-74, 2002.

AVALIAÇÃO

- Apresentação de Artigos.
- Trabalho final individual.

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (x) Mestrado () Doutorado

Disciplina: Evolução da Administração e Contextos Sócio-Econômicos

Semestre: 2012/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 06716

Requisitos de matrícula:

EMENTA

A disciplina oferece a oportunidade de conhecer as principais teorias administrativas e de entender o ambiente sócio-econômico em que elas se desenvolveram. Além das teorias tradicionais que suportam a prática administrativa, discutem-se as novas tendências e os novos autores surgidos nos últimos anos. A disciplina estabelece a base conceitual essencial para que os alunos prossigam seus estudos teóricos e curse as demais disciplinas. Proporciona, também, a oportunidade para que os alunos iniciem suas reflexões sobre a fundamentação teórica de seus projetos de pesquisa.

OBJETIVOS

Compreender e descrever a evolução do pensamento administrativo, comparando entre si as principais abordagens e teorias desenvolvidas e entender o contexto social e econômico em que se desenvolveram.

Analisar as tendências mais recentes dos estudos organizacionais, oferecendo aos alunos a oportunidade de conhecer os pesquisadores atuais mais proeminentes no campo da administração; facilitando, assim, a escolha de possíveis temas para a pesquisa e para a dissertação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Introdução aos Estudos Organizacionais.

A Análise Organizacional e a Representação por Metáforas

A Sociologia das Organizações – Teoria da Burocracia

A Organização Científica e Administrativa do Trabalho

Teoria da Contingência / Estruturalismo

Estratégia, Economia e Organizações

A Abordagem Humana nas Organizações

A Abordagem Institucional e o Neo-Institucionalismo

A Organização como Sistemas Cooperativos

Os Processos Decisórios nas Organizações

A abordagem do Conhecimento Organizacional e o Paradigma da Complexidade

A abordagem da Ecologia das Populações

A abordagem Crítica das Organizações

Debate sobre Imagens da Organização
Análise Geral da Evolução das Teorias Organizacionais

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BARNARD, C. **As funções do executivo**. São Paulo: Atlas, 1979.
- BURREL, G.; MORGAN, G. **Sociological Paradigms and Organisational Analysis: elements of sociology of corporate life**. Aldershot: Ashgate, 1998.
- CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. (ed.). **Handbook de Estudos Organizacionais: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 1999.
- FOLLET, M. P. **Profeta do Gerenciamento**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997.
- HANNAN, M.; FREEMAN, J. **Organizational ecology**. Cambridge: Harvard University, 1989.
- MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.
- SAMPSON, A. **O Homem da Companhia: uma história dos executivos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- SELZNICK, P. **A Liderança na administração: uma interpretação sociológica**. Rio de Janeiro: FGV, 1972.
- SIMON, H. A. **Comportamento Administrativo**. Rio de Janeiro: FGV, 1979.
- WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Pioneira, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- AKTOUF, O. **A Administração entre a Tradição e a Renovação**. São Paulo: Atlas, 1996.
- DiMAGGIO, P.; POWELL, W. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality. In: POWELL, Water W.; DiMAGGIO, Paul J. (Ed.). **The New institutionalism in Organizational Analysis**. Chicago: University of Chicago, 1991. p. 63-83.
- DRUCKER, P. **A sociedade pós-capitalista**. São Paulo: Pioneira, 2001.
- DURKHEIM, E. **Da Divisão do Trabalho Social**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- FAYOL, H. **Administração Industrial e Geral**. São Paulo: Atlas, 1968.
- HOMANS, G. **The Human Group**. New Brunswick: Transaction, 1992.
- MILLER, S. J.; HICKSON, D.; WILSON, D.C. A Tomada de Decisão nas Organizações. In: CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. (Org.). **Handbook de Estudos Organizacionais: Ação e Análise Organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2004. cap. 11
- TAYLOR, F. W. **Princípios de Administração Científica**. São Paulo: Atlas, 1966.
- WOODWARD, J. **Organização industrial: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 1977.

ZUCKER, L. Combining institutional theory and population ecology: no legitimacy, no history. **American Sociological Review**, Washington, DC, v. 54, n. 4, p. 542-545, 1989.

AVALIAÇÃO

Serão utilizadas duas categorias:

- 1) Elaboração de Artigo (80%)
- 2) Atividades semanais – Grupos ou Individuais (20%)

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (x) Mestrado () Doutorado

Disciplina: Gestão de Redes e Relações Interorganizacionais

Semestre: 2012/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 93398

Requisitos de matrícula:

EMENTA

Gestão de redes de cooperação e relações interorganizacionais em sua diversidade de arranjos (redes de empresas – verticais e horizontais, clusters, pólos tecnológicos, distritos industriais, consórcios, cadeias produtivas, sistemas produtivos locais). A disciplina está voltada ao aprofundamento das dimensões teóricas sobre a formação, o funcionamento e a gestão das redes e relações interorganizacionais.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Contextualização do tema sobre redes de cooperação e relações interorganizacionais.
Relevância acadêmica do tema para as teorias organizacionais.
Transformações Econômicas e a Evolução da economia da cooperação.
Relações Interorganizacionais e Economia dos Custos de Transação
Estratégias Coletivas
Resultados das redes e Ganhos Competitivos
Conhecimento e Aprendizagem Coletiva
Redes de Inovação e Inovação em Rede
Inovação aberta e Colaborativa
Criação e Desenvolvimento de Redes de Cooperação
Tipologias de redes
Gestão de Redes: Instrumentos contratuais e Instrumentos Sociais
Análise de redes sociais na pesquisa de redes.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, Jorge. **Redes de Cooperação Empresarial: estratégias de gestão na nova economia**. Porto Alegre: Bookman, 2008. p. 120-196.

BRASS, Daniel et al. Taking stock of networks and organizations: a multilevel perspective. **Academy of Management Journal**, New York, v. 47, n. 6, p. 795-817, 2004.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

- CHESBROUGH, Henry W. The era of open innovation. **MIT Sloan Management Review**, v.44, n. 3, p. 33-41, 2003.
- CROPPER, Steve et al. **The Oxford Handbook of Inter-Organizational Relations**. Oxford Press: Oxford, 2008.
- DYER, Jeffrey; NOBEOKA, Kentaro. Creating and managing a high-performance knowledge-sharing network: the Toyota case. **Strategic Management Journal**, Hoboken, v. 21, p. 345-367, 2000.
- DITTRICH, K.; DUYSTERS, G. Networking as a Means to Strategy Change: the case of open innovation in mobile telephony. **The Journal of Product Innovation Management**, Hoboken, n. 24, p. 510-521, 2007.
- DODGSON, M; GANN, G.; SALTER, A. The role of technology in the shift towards open innovation: the case of Procter & Gamble, **R&D Management**, Hoboken, v. 36, n. 3, p. 333-346, 2006.
- DYER, Jeffrey; SINGH, Harbir. The relational view: cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. **Academy of Management Review**, New York, v. 23, n. 4, p. 660-679, 1998.
- ETZKOWITZ, Henry. **Hélice Tríplice: Universidade-Indústria-Governo - Inovação em Movimento**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2009.
- GRANDORI, Anna; SODA, Giuseppe. Inter-firm Networks: antecedents, mechanisms and forms. **Organization Studies**, New York, v.16, v. 2, p.183-214, 1995.
- GULATI, Ranjay; NOHRIA, Nitin; ZAHEER, Akbar. Strategic networks. **Strategic Management Journal**, Hoboken, v. 21, n. 3, p. 203-215, 2000.
- HUMAN, Sherrie; PROVAN, Keith. An emergent theory of structure and outcomes in small-firm strategic manufacturing network. **Academy of Management Journal**, New York, v. 40, n. 2, p. 368-403, 1997.
- JARILLO, Carlos. **Strategic Networks**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1993.
- JOHNSEN, Jan.; VAHLNE, Jan-Erik. Business Relationship Learning and commitment in the internationalization process. **Journal of International Entrepreneurship**, New York, v.1, p. 83-101, 2003.
- LOCKE, Richard M. Construindo a confiança. **Econômica**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 253-281, 2001.
- OLIVER, Amalya L.; EBERS, Mark. Networking network studies: an analysis of conceptual configurations in the study of inter-organizational relationships. **Organization Studies**, New York, v. 19, p. 549-583, 1998.
- PITTAWAY, Luke et al. Networking and innovation: a systematic review of the evidence. **International Journal of Management Reviews**, Hoboken, v. 5/6, n. 3-4, p. 137-168, 2004.
- PODOLNY, Joel M.; PAGE, Karen L. Network forms of Organization. **Annual Review of Sociology**, Palo Alto, v.76, p. 24-57, 1998.
- POWELL, Walter. Learning from collaboration: knowledge and networks in the biotechnology and pharmaceutical industries. **California Management Review**, Berkeley, v. 40, p. 228-240, 1998.

PROVAN, Keith G.; FISH, Amy; SYDOW, Joerg. Interorganizational Networks at the Network Level: a review of the empirical literature on whole networks. **Journal of Management**, New York, v. 33, n. 3, p. 479-516, 2007.

PROVAN, Keith; KENIS, Patrick. Modes of Network Governance: structure, management, and effectiveness. **Journal of Public Administration Research and Theory**, Oxford, v. 18, p. 229-252, 2007.

RAAB, Jörg; KENIS, Patrick. Heading Toward a Society of Networks: empirical developments and theoretical challenges. **Journal of Management Inquiry**, New York, v.18, n.3, p. 198-210, 2009.

TODEVA, Emanuela. **Business Networks**: strategy and structure. London:Toutledge, 2006.

WOOLTHUIS, Rosalinde; HILLEBRAND, Bas; NOOTEBOOM, Bart. Trust, Contract and Relationship Development. **Organization Studies**, New York, v. 26, n. 6, p. 813-840, 2005.

AVALIAÇÃO

Participação em aula - 20% - individual

Apresentação de artigos/participação em aula - 30% - em dupla, em aulas a serem definidas

Trabalho final (*paper*) - 50% - individual, a ser entregue no final da disciplina

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: Marketing Estratégico

Semestre: 2012/1

Carga horária: 45h

Créditos: 03

Área temática: ADMMKT

Código da disciplina: 008164

Requisitos de matrícula:

Professor:

EMENTA:

Esta disciplina aborda o processo estratégico em marketing. Para possibilitar a compreensão da natureza desse processo, são discutidos o papel do marketing na discussão da estratégia organizacional; a orientação das organizações para o mercado; a importância do cliente; as estratégias de marketing e as consequências decorrentes da sua implementação; e a interface entre as estratégias de marketing e estratégias de outras áreas funcionais.

Objetivos:

Analisar o contexto em que se desenvolvem as estratégias de marketing.

Identificar fatores intervenientes e determinantes na definição de estratégias de marketing.

Compreender como as estratégias mercadológicas são influenciadas pelo ambiente de marketing, com especial destaque para os clientes, e pelos recursos e competências disponíveis, em consonância com as demais estratégias organizacionais.

Compreender e analisar criticamente o impacto das diferentes estratégias de marketing sobre a performance financeira e de mercado da organização.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Estratégia e Marketing: Escopo e definições

Introdução ao Marketing Estratégico

A contribuição do Marketing para a Estratégia

Orientação para o mercado e Marketing de Relacionamento

Marketing estratégico no contexto de marketing de serviços

O papel do comportamento do consumidor para as estratégias de marketing
Métricas de Marketing e Desempenho

AVALIAÇÃO:

Apresentação dos artigos (seminários)	20%
Resumo crítico dos artigos	20%
Proposta de artigo final	20%
Artigo final	40%

Resumos dos artigos e perguntas:

Deverá ser entregue pelo aluno no início de cada aula um resumo crítico da bibliografia lida para o respectivo encontro. O resumo não deve ultrapassar 1 página. Não serão aceitos resumos em outra data ou horário. Além disso, cada aluno deve incluir, ao final do resumo, uma pergunta para fomentar a discussão.

Apresentação e discussão dos artigos:

Para cada aula haverá um ou dois alunos responsáveis por apresentar e fomentar a discussão dos artigos selecionados. A discussão ocorrerá concomitantemente com a apresentação do artigo, orientada pelo professor. A apresentação deverá ser objetiva e concisa, porém abrangente. Deverá percorrer os principais elementos da estrutura do artigo, principal contribuição (motivo pelo qual ele foi publicado), modelo teórico (quando aplicável), representatividade do artigo para o *Marketing Estratégico* e os resultados principais.

Artigo final:

Uma proposta do artigo com pelo menos 5 páginas deve ser entregue no dia 13/05. A data para entregar a versão final do artigo será definida ao longo do semestre. O artigo final deve ser formatado de acordo com as normas da RAC (Revista de Administração Contemporânea).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BENGTSSON, M.; ERIKSSON, J.; WINCENT, J. Co-opetition dynamics: an outline for further inquiry. **Competitiveness Review: An International Business Journal**, Bingley, v.20, n.2, p.194-214, 2010.

_____.; KOCK, S. Cooperation and competition in relationships between competitors in business networks. **Journal of Business & Industrial Marketing**, Bingley, v.14, n.3, p.178-193, 1999.

BHARADWAJ, S.; VARADARAJAN, R. Toward an integrated model of business performance. **Review of Marketing Research**, Bingley, v.1, p.207-244, 2005.

BROWN, S.W.; FISK, R.P.; BITNER, M.J. The Development and Emergence of Services Marketing Thought. **International Journal of Service Industry Management**, Bingley, v.5, n.1, p.21-48, 1994.

DAY, G.S. Marketing's Contribution to the Strategy Dialogue. **Journal of the Academy of Marketing Science**, Thousand Oaks, v.20, n.4, p.323-329, 1992.

DICHTER, E. Psychology in Market Research. **Harvard Business Review**, Harvard, v.25, n.4, p.432-443, 1947.

KIRCA, A.H.; JAYACHANDRAN, S.; BEARDEN, W.O. Market Orientation: a meta-analytic review and assessment of its antecedents and impact on performance. **Journal of Marketing**, Chicago, v.69, n.2, p.24-41, 2005.

PALMATIER, R.W. et al. Factors Influencing the Effectiveness of Relationship Marketing: a meta-analysis. **Journal of Marketing**, Chicago, v.70, n.4, p.136-153, 2006.

RUST, R.T.; LEMON, K.N.; ZEITHAML, V.A. Return on Marketing: using customer equity to focus marketing strategy. **Journal of Marketing**, Chicago, v.68, n.1, p. 109-127, 2004.

SHAW, E.H.; JONES, D.G.B. A history of schools of marketing thought. **Marketing Theory**, New York, v.5, n.3, p.239-281, 2005.

SHETH, J.N. A Model of Industrial Buyer Behavior. **Journal of Marketing**, Chicago, v.37, n.4, p.50-56, 1973.

SLATER, S.F.; OLSON, E.M. Marketing's Contribution to the Implementation of Business Strategy: an empirical analysis. **Strategic Management Journal**, Malden, v.22, n.11, p.1055-1067, 2001.

VARADARAJAN, P.; JAYACHANDRAN, S. Marketing Strategy: an assessment of the state of the field and outlook. **Journal of the Academy of Marketing Science**, Thousand Oaks, v.27, n.2, p.120-143, 1999.

WARADARAJAN, R. Strategic marketing and marketing strategy: domain, definition, fundamental issues and foundational premises. **Journal of the Academy of Marketing Science**, Thousand Oaks, v.38, n.2, p.119-140, 2010.

ZEITHAML, V.A.; PARASURAMAN, A.; BERRY, L.L. Problems and Strategies in Services Marketing. **Journal of Marketing**, Chicago, v.49, n.2, p. 33-46, 1985.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AAKER, D. A. **Administração estratégica de mercado**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

DAY, G. S. **A empresa orientada para o mercado**: compreender, atrair e manter clientes valiosos. Porto Alegre: Bookman, 2001.

FERRELL, O. C.; HARTLINE, M. D. **Estratégia de Marketing**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

HUNT, S. D.; LAMBE, C. J. Marketing's Contribution to Business Strategy: market orientation, relationship marketing and resource-advantage Theory. **International Journal of Management Reviews**, Malden, v. 2, n. 1, p. 17-23, 2000.

JAIN, D.; SINGH, S. Customer Lifetime Value Research in Marketing: a review and future directions. **Journal of Interactive Marketing**, Amsterdam, v. 16, n. 2, p. 34-46, 2002.

KELLER, K.L. Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-based Brand Equity. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 57, n. 1, p. 1-22, 1993.

KOHLI, A.K.; JAWORSKI, B. J. Market Orientation: The Construct, Research, Propositions, and Managerial Implications. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 54, p. 1-18, April 1990.

MATOS, CA de; HENRIQUE, JL. Balanço do Conhecimento em Marketing: uma meta-análise dos resultados empíricos dos antecedentes e consequentes da satisfação e lealdade. **Anais do ENANPAD**. Salvador: Anpad, 2006. p. 1-16.

MENON, A. et al. Antecedents and Consequences of Marketing Strategy Making: a model and a test. , **Journal of Marketing**, Chicago, v. 63, n. 2, p. 18-40, 1999.

NOBLE, C.E.; MOKWA, M. Implementing marketing strategies: developing and testing a managerial theory. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 63, p. 4, n. 57-73, 1999.

SHETH, J. N., NEWMAN, B.I. et al. Why we buy what we buy: A theory of consumption values. **Journal of Business Research**, Malden, v. 22, n. 2, p. 159-170, 1991.

URDAN, AT; URDAN, F.T. **Marketing Estratégico no Brasil: Teoria e Aplicações**. São Paulo: Atlas, 2011.

VARADARAJAN, P. Rajan. Strategy Content and Process Perspectives Revisited. **Journal of the Academy of Marketing Science**, Thousand Oaks, v.27, p. 88-100, Winter , 1999.

VARADARAJAN, P.R; JAYACHANDRAN, S. Marketing Strategy: An Assessment of the State of the Field and Outlook. **Journal of the Academy of Marketing Science**, Thousand Oaks, v. 27, p. 120-143, 1999.

WOODRUFF, R. B. Customer value: The next source for competitive advantage. **Journal of the Academy of Marketing Science**, Thousand Oaks, v. 25, n. 2, p. 139-153. 1997.

*** **DICAS PARA PUBLICAR EM MARKETING:**

LEVY, M.; GREWAL, D. Publishing perspectives from the editors. **Journal of Retailing**, Amsterdam, v. 83, n. 3, p. 247-252, 2007.

STEWART, DW. The role of method: some parting thoughts from a departing editor. **Journal of the Academy of Marketing Science**, Thousand Oaks, v. 37, p. 381–383, 2009.

VARADARAJAN, PR. From the editor: Reflections on research and publishing. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 60, n. 4, p. 3-6, 1996.

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: Metodologia da Pesquisa

Semestre: 2012/1

Carga horária: 45h

Créditos: 03

Área temática: ADM

Código da disciplina: 006715

Requisitos de matrícula:

Professora: Amarolina Zanela Klein

EMENTA

A disciplina visa a promover a compreensão do Método Científico, além de instrumentalizar a elaboração de um projeto de pesquisa que seja coerente com a proposta de construção do conhecimento científico.

Objetivos:

Geral:

Desenvolver conhecimentos, habilidades e atitudes relacionadas à atividade de pesquisa científica na área de Administração, tornando o mestrando apto planejar, executar e avaliar pesquisas em administração.

Específicos:

Desenvolver o conhecimento sobre os pressupostos epistemológicos da pesquisa científica na área de Administração

Desenvolver os conhecimentos sobre os procedimentos metodológicos e os métodos de pesquisa reconhecidos na área de Administração

Desenvolver a competência para elaborar um projeto de pesquisa em nível de mestrado

Desenvolver a competência para avaliar projetos de pesquisa na área de Administração.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Paradigmas de Pesquisa em Administração

Projetos de Pesquisa (Estrutura, processo de desenvolvimento e critérios de qualidade)

Métodos de Pesquisa: A pesquisa experimental, a pesquisa Survey, o Estudo de Caso, a Pesquisa-Ação, a Etnografia.

Técnicas de coleta de dados

Técnicas de análise de dados

Método:

Aulas expositivo-dialogadas

Seminários

Elaboração de projeto de pesquisa

Avaliação de projetos de pesquisa de mestrado entre pares

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BACHARACH, S. B. Organizational theories: some criteria for evaluation. **Academy of Management Review**, New York, v. 14, n. 4, p. 496-515, 1989.

BASKERVILLE. R.; MYERS, M. Special Issue on Action Research in Information Systems: making is relevant to practice. **MIS Quartely**, Minneapolis, v. 28, n. 3, p. 329-335, 2004.

COLLIS, H.; HUSSEY, R.. **Pesquisa em Administração**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003. 640 p.

CRESWELL, J.W. **Research Design**: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Thousand Oaks: Sage Publication, 2003.

DUBÉ L.; PARÉ, G. Rigor in Information Systems Positivist Case Research: current practices, trends, and recommendations. **MIS Quartely**, Minneapolis, v. 27, n. 4, p. 597-635, 2003.

GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 64-89.

HANFIELD, R.B. & MELNYK, S.A. The scientific theory-building process: a primer using the case of TQM. **Journal of Operations Management**, Amsterdam, v. 16, p. 321-339, 1998.

KERLINGER, F.N. and LEE, H.B. **Foundations of Behavioral Research**. Thomson Learning, 2000.

MENTZER, J.T. & FLINT, D.J. Validity in logistics research. **Journal of Business Logistics**, Illinois, v. 18, n. 1, p. 199-216, 1997.

- O'REALLY-KELLY, S.W. & VOKURKA, R.J. The empirical assessment of construct validity. **Journal of Operations Management**, Amsterdam, v. 16, p. 387-405, 1998.
- SCHWAB, D. P. A model of empirical research. In: _____. **Research Methods for Organizational Studies**. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1999. p. 13-28
- SILVERMAN, D. **Interpretação de dados Qualitativos: métodos para análise de entrevistas, textos e interações**. 3ª. Ed. Porto Alegre: Artmed, 2009. Cap. 1, 2 e 8.
- THIOLLENT, M. **Pesquisa-Ação nas Organizações**. São Paulo: Atlas, 1997.
- WEBSTER, J. & WATSON, R.T. Analyzing the past to prepare for the future: writing a literature review. **MIS Quarterly**, Minneapolis, v. 26, n. 2, p. 13-23, 2002
- YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- ALVESSON, M.; DEETZ. Teoria Crítica e abordagens pós-modernas em estudos organizacionais. In: CLEGG, Stewart R.; HARDY, Cynthia; NORD, Walter R. **Handbook de Estudos Organizacionais: reflexões e novas direções**. São Paulo: Atlas, 2001. p. 93-117.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Martins Fontes, 1977. 225 p.
- CROTTY, M. **The Foundations of Social Research: meaning and perspective in the research process**. London: Sage, 1998.
- FREITAS, Henrique et al. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração da USP (RAUSP)**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 105–112, jul./set. 2000.
- HAIR JR., Joseph et al. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. p. 211-235
- KLEIN, Heinz K.; MYERS, Michael D. A set of principles for conducting and evaluating Interpretive Field Studies in Information Systems. **MIS Quartely**, Minneapolis, v. 23, n. 1, p. 67-94, Mar. 1999.
- MILES, Matthew; HUBERMAN, A. Michael. **Qualitative Data Analysis: an expanded sourcebook**. 2. ed. Thousand Oaks: Sage, 1994.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. Um discurso sobre as ciências na transição para uma ciência pós-moderna. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 46-71, 1988. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v2n2/v2n2a07.pdf>>. Acesso em: 15 jun. 2009.
- SELLTIZ, C.; WRIGHTZMAN, L.; COOK, S. **Métodos de Pesquisa nas relações sociais**. 2. ed. São Paulo, EPU: 1987.
- SELLTIZ, Claire. **Métodos de Pesquisa das relações Sociais**. São Paulo: USP, 1972.
- WALSHAM, Geoff. Interpreting case studies in IS research. **European Journal of Information Systems**, Houndmills, v. 4, n. 2, p. 74-81, 1995.

AVALIAÇÃO

FORMAS DE AVALIAÇÃO E OUTRAS COMBINAÇÕES DA DISCIPLINA

Instrumentos de Avaliação da Disciplina	Valor
Participação em aula (leitura dos textos, participação nos debates, exercícios, etc.)	4,0
Participação no congresso simulado (como avaliador, apresentador, etc.)	2,0
Pesquisa em grupo	4,0
TOTAL	10,0

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: (X) Mestrado () Doutorado

Disciplina: **Metodologia do Ensino Superior em Administração**

Semestre: 2012/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 06493

Requisitos de matrícula:

EMENTA

A disciplina discute questões didáticas acerca da prática docente de nível universitário, tendo como referência os aportes teóricos contemporâneos que tratam do tema pedagógico, envolvendo diferentes dimensões do currículo: aspectos filosóficos, sócio-culturais, epistemológicos e psicológicos, com ênfase no planejar e no avaliar.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Referenciais da docência universitária presentes nos docentes, estudantes e nas práticas pedagógicas; papel do docente e do discente no ensino superior.

Paradigmas Educacionais.

Desenvolvimento de Competências.

Planejamento de ensino.

Estratégias de ensino-aprendizagem.

Tecnologias Digitais para ensino-aprendizagem

Avaliação da Aprendizagem.

Educação a Distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ANASTASIOU, L. G. C.; ALVES, L. P. **Processos de Ensino na Universidade**: pressupostos para as estratégias de trabalho em aula. 5. ed. Joinville: UNIVILLE, 2005.

BECKER, F. **Educação e construção do conhecimento**. Porto Alegre: Artmed, 2001.

FRY, H.; KETTERIDGE, S.; MARSHALL, S. **A handbook for teaching & learning in higher education**. London: Kogan Page, 2000.

LOWMAN, J. **Dominando as técnicas de ensino**. São Paulo: Atlas, 2004.

PERRENOUD, P. **Construir as competências desde a escola**. Porto Alegre: ARTMED, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CUNHA, Maria Isabel. Ensino como mediação do professor universitário. In: MOROSINI, M.C. (org.). **Professor do ensino superior: identidade, docência e formação**. Brasília: INEP/MEC, 2000. p. 53-60

FONSECA, M.; DAUDT, S. D. Mantendo a inovação: o processo de revisão curricular do curso de graduação em Administração Gestão para inovação e liderança da Unisinos. In: ENANPAD, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, 2007. CDRom.

GIL, A. C. **Metodologia do Ensino Superior**. São Paulo: Atlas, 2005.

GODOY, A. S. Avaliação da Aprendizagem no ensino superior: um estudo exploratório a partir das opiniões dos alunos do primeiro e do último ano de três cursos de graduação. **Administração Online**, São Paulo, v. 1, n. 1, jan./mar. 2000. Disponível em: <http://www.fecap.br/adm_online/art11/arilda.htm>. Acesso em: 15 abr. 2010.

MAIA, C.; MATTAR, J. **ABC da EAD**. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2008.

BRASIL. Ministério de Educação e Cultura. **Referenciais de Qualidade de EaD para Cursos de Graduação a Distância**. Brasília, 2007. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/legislacao/refead1.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2008.

SCHLEMMER, E. O Trabalho do Professor e as Novas Tecnologias. **Revista Textual**, Porto Alegre, v. 1, n. 8, p. 33-42, 2006.

_____. Projetos de Aprendizagem baseados em Problemas: uma metodologia interacionista/construtivista para formação de comunidades em Ambientes Virtuais de Aprendizagem. **Colabora - Revista Digital da CVA-RICESU**, Canoas, v. 1, n. 2, nov. 2001.

VEEN, Wim; VRAKING, Ben. **Homo Zappiens: educando na era digital**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

AVALIAÇÃO

Participação efetiva nas aulas e entrega pontual das atividades práticas.

Apresentação em Seminário.

Projetos de Aprendizagem.

Micro-Aula (preparação, apresentação, discussão).