

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 McDonalditazion 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.

HANDFIELD, 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).