

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: Ensino e Aprendizagem em Gestão com o uso de TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação)

Semestre: 2016/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 006493

Professor: Profa. Dra. Amarolinda Zanela Klein

EMENTA

A disciplina aborda as concepções epistemológicas e pedagógicas que fundamentam os processos de ensino e de aprendizagem na área de Gestão. Discute o planejamento desses processos, as diferentes modalidades educacionais e estratégias que podem ser adotadas, bem como as TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) que podem ser utilizadas como suporte a esses processos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Paradigmas epistemológicos e paradigmas pedagógicos que fundamentam as práticas educativas
2. Ensino superior na atualidade, papel do docente e do discente no ensino superior
3. Ensino e aprendizagem por competências
4. As diferentes modalidades educacionais (educação presencial, educação a distância, blended learning, mobile learning, etc.)
5. Estratégias de ensino e aprendizagem na área de Gestão
6. TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) para suporte aos processos de ensino e aprendizagem
7. Avaliação dos processos de ensino e de aprendizagem.

AVALIAÇÃO

Participação efetiva nas aulas e entrega pontual das atividades práticas.

Apresentação em Seminário.

Projetos de Aprendizagem.

Exercícios e mapas conceituais.

Micro-Aula (preparação, apresentação, discussão).

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.

BATES, T. **Teaching in a digital age.** Open Book, 2015.

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

COSENZA, R.; GUERRA, L. **Neurociência e educação:** como o cérebro aprende. Porto Alegre: Artmed, 2011.

GIL, A. C. **Metodologia do ensino superior.** São Paulo: Atlas, 2005.

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

PALLOF R. M.; PRATT, K. **O aluno virtual:** um guia para trabalhar com estudantes online. Porto Alegre: Artmed, 2004.

PIAGET, J. Development and learning. In: GAUVIN, M.; COLE, M. (Ed.) **Readings in the development of children.** 2nd ed. New York: Freeman, 1997.

SCHLEMMER, E. Formação de professores na modalidade online: experiências e reflexões sobre a criação de espaços de convivência digitais virtuais ECODIs. **Em Aberto**, v. 23, p. 99-122, 2010.

ZABALA, A.; ARNAU. L. **Como aprender e ensinar competências**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

ZABALA, Antoni. **A prática educativa: como ensinar**. Porto Alegre: Artmed, 1998..

ZABALA, Antoni; Arnau. Laia. **Como aprender e ensinar competências**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRASIL. Ministério da Educação MEC. **Referenciais de qualidade de ead para cursos de graduação a distância (2007)**. Brasília, DF, 2007. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/legislacao/refead1.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2008.

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

GRILLO, M. et al. **A gestão da aula universitária na PUCRS**. Porto Alegre: Ed. PUCRS, 2008.

MORIN, E. **Os sete saberes necessários a educação do futuro**. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2003.

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

SACCOL, A. Z.; SCHLEMMER, E.; BARBOSA, J. L. V. **M-learning e u-learning: novas perspectivas da aprendizagem móvel e ubíqua**. São Paulo: Pearson Education, 2010. v. 1.

SCHLEMMER, E. O trabalho do professor e as novas tecnologias. **Revista Textual**, [S.l.], v. 1, n. 8, p. 33-42, 2006.

SCHWARTZMAN, Simon. **Permanência e mudança das universidades**. Disponível em: <<http://www.schwartzman.org.br/simon/permanen.htm>>. Acesso em: 16 mar. 2009.

TREIN, Daiana; SCHLEMMER, Eliane. Projetos de aprendizagem baseados em problema no contexto da web 2.0: possibilidades para a prática pedagógica. **Revista e-Curriculum**, Porto Alegre, v. 4, n. 2, jun. 2009. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/curriculum/article/download/3225/2147>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: Estratégia das Organizações

Semestre: 2016/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 006998

Requisitos de matrícula:

Professores: Iuri Gavronski

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.

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.

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.

AVALIAÇÃO

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

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.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: Evolução da Administração e Contextos Sócio-Econômicos

Semestre: 2016/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 006716

Professor: Profa. Dra. Yeda Swirski de Souza

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 cursem as demais disciplinas. Proporciona, também, a oportunidade para que os alunos iniciem suas reflexões sobre a fundamentação teórica de seus projetos de pesquisa.

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

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.

AVALIAÇÃO

- Atividades de avaliação deverão ocorrer ao longo das aulas. A leitura prévia dos textos é requerida. Os participantes devem estar preparados para a discussão dos temas propostos, com base nas leituras recomendadas e outras leituras que possam apoiar a discussão. Os participantes serão convidados a assumir postura ativa ao longo da disciplina, o que significa coordenar seminários, apresentar resenhas de leitura, preparar estudos de caso específicos.
- A presença e participação sistemática nas atividades da disciplina integra a avaliação final. Nota máxima só será atribuída aos participantes que não tiverem faltas ao longo do semestre e que atenderem de forma plenamente satisfatória aos exercícios propostos.
- O trabalho final consiste em apresentação de artigo cuja súmula deverá ser entregue aos professores até 26 de junho e apresentada em seminário no último dia de aula. A proposta do trabalho deve implicar em abordagem investigativa e/ou crítica sobre teorias organizacionais e/ou modelos de gestão no contexto brasileiro. O trabalho final pretende estimular a reflexão sobre o desenvolvimento das organizações e instituições em países de desenvolvimento recente.
- A avaliação do trabalho final observará aspectos atinentes a forma e conteúdo do trabalho.

- 1) Exame Preliminar (20%)
- 2) Exame Intermediário (20%)
- 3) Exame Final (45%)
- 4) Presença e participação (15%)

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 gGerenciamento**. 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 cCompanhia: 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 Aadministrativo**. 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.

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, v. 54, n. 4, p. 542-545, 1989.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: Gestão de Redes e Relações Interorganizacionais

Semestre: 2016/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 093398

Professores: Alsones Balestrin e Douglas Wegner

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.

METODOLOGIA

- Aula expositiva-dialogada
- Seminários
- Discussão de artigos

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

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, Jorge. **Redes de cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

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**, [S.l.], v. 44, n. 3, p. 33-41, 2003.

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.

GRANDORI, Anna; SODA, Giuseppe. Inter-firm networks: antecedents, mechanisms and forms. **Organization Studies**, New York, v. 16, n. 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.

JARILLO, Carlos. **Strategic networks**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1993.

PODOLNY, Joel M.; PAGE, Karen L. Network forms of organization. **Annual Review of Sociology**, Palo Alto, v.76, p. 24-57, 1998.

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.

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

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BALESTRIN, Alsones; VARGAS, Lilia Maria; FAYARD, Pierre. Knowledge creation in small-firm network. **Journal of Knowledge Management**, [S.l.], v. 12, p. 94-106, 2008.

BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, J.; REYES, Edgar. O Campo de estudo sobre redes de cooperação interorganizacional no Brasil. **RAC: Revista de Administração Contemporânea**, [S.l.], v. 14, p. 458-477, 2010.

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

CHETTY, Sylvie K.; WILSON, Heather. Collaborating with competitors to acquire resources. **International Business Review**, [S.l.], v. 12, n. 1, p. 61-81, 2003.

DAGNINO, G. B.; LEVANTI, G., Minà, A.; PICONE, P. M. Interorganizational network and innovation: a bibliometric study and proposed research agenda. **Journal of Business & Industrial Marketing**, [S.l.], v. 30, n. 3/4, p. 354-377, 2015.

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.

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.

GULATI, R.; LAVIE, D.; MADHAVAN, R. How do networks matter: the performance effects of interorganizational networks. **Research in Organizational Behavior**, [S.l.], n. 31, p.207-224, 2011.

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.

POPPO, L.; ZENGER, T. Do formal contracts and relational governance function as substitutes or complements. **Strategic Management Journal**, [S.l.], v. 23, n. 8, p. 707–725, 2002.

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.

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.

WILHELM, Miriam M. Managing coopetition through horizontal supply chain relations: linking dyadic and network levels of analysis. **Journal of Operations Management**, [S.l.], v. 29, p. 663-676, 2011.

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

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: Marketing Estratégico

Semestre: 2016/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: ADMMKT

Código da disciplina: 008164

Professores: Prof. Dr. Celso Augusto de Matos / Prof. Dr. Guilherme Trez

EMENTA

Esta disciplina aborda o processo estratégico em marketing. Para possibilitar a compreensão da natureza deste 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.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Estratégia e Marketing: Escopo e definições

Introdução ao Marketing Estratégico

A contribuição do Marketing para a Estratégia

Recursos e Capacidades de Marketing

Orientação para o mercado e Marketing de Relacionamento

Marketing estratégico no contexto de marketing de serviços

Métricas de Marketing e Desempenho

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. 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 do ENANPAD.

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.

AVALIAÇÃO

Apresentação dos artigos (seminários) - 25%

Resumo crítico dos artigos - 10%

Proposta de artigo final - 25%

Artigo final - 40%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ACHROL, R.; KOTLER, P. Frontiers of the marketing paradigm in the third millennium **Journal of the Academy of Marketing Science**, [S.l.], v. 40, n. 1, p. 35-52, 2012.

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

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

BROWN, S. W.; FISK, R. P.; BITNER, M. J. The Development and emergence of services marketing thought. **International Journal of Service Industry Management**, [S.l.], 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**, [S.l.], v. 20, n. 4, p. 323-329, 1992.

DAY, G. S. The capabilities of market-driven organizations. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 58, n. 4, p. 37-52, 1994.

DWYER, R. F.; SCHURR, P. H.; OH, S. Developing buyer seller relationships. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 51, p. 11-27, Apr. 1987.

KOHLI, A. K.; JAWORSKI, B. Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 54, p. 1-18, Apr. 1990.

MENON, A. et al. Antecedents and consequences of marketing strategy making: a model and a test. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 63, n. 2, p. 18-40, 1999.

MINTZ, O.; CURRIM, I. S. What drives managerial use of marketing and financial metrics and does metric use affect performance of marketing-mix activities. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 77, n. 2, p. 17-40, 2013.

MOORMAN, C.; MINOR, A. S. The convergence of planning and execution: improvisation in new product development. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 62, p. 1-20, July. 1998.

MORGAN, N. A. Marketing and business performance. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [S.l.], v. 40, n. 1, p. 102-119, 2011.

- NARVER, J. C.; SLATER, S. F. The effect of market orientation on business profitability. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 54, p. 20-35, Oct. 1990.
- NOBLE, C. E.; MOKWA, M. Implementing marketing strategies: developing and testing a managerial theory. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 63, n. 4, p. 57-73, 1999.
- OSTROM, Amy L. et al. Moving forward and making a difference: research priorities for the science of service. **Journal of Service Research**, [S.l.], v. 13, n. 1, p. 4-36, 2010.
- PALMATIER, R. W. et al. factors influencing the effectiveness of relationship marketing: a meta-analysis. **Journal of Marketing**, [S.l.], 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**, [S.l.], v. 68, n. 1, p. 109-127, 2004.
- SLATER, S. F.; HULT, G. T. M.; OLSON, E. M. Factors influencing the relative importance of marketing strategy creativity and marketing strategy implementation effectiveness. **Industrial Marketing Management**, [S.l.], v. 39, n. 4, p. 551-559, 2010.
- SLATER, S. F.; Olson, E. M. Marketing's contribution to the implementation of business strategy: an empirical analysis. **Strategic Management Journal**, [S.l.], v. 22, n. 11, p. 1055-1067, 2001.
- VARADARAJAN, P. Rajan; JAYACHANDRAN, S. Marketing strategy: an assessment of the state of the field and outlook. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [S.l.], v. 27, n. 2, p. 120-143, 1999.
- VARADARAJAN, R. Strategic marketing and marketing strategy: domain, definition, fundamental issues and foundational premises. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [S.l.], v. 38, n. 2, p. 119-140, 2010.
- VARGO, S. L.; LUSCH, F. Evolving to a new dominant logic for marketing. **Journal of Marketing**, [S.l.], v.68, n.1, p. 1-17, 2004.
- WIESEL, T., SKIERA, B.; VILLANUEVA, J. Customer equity: An integral part of financial reporting. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 72, n. 2 p. 1-14, 2008.
- WILKIE, W. L.; MOORE, E. S. Scholarly research in marketing: exploring the "4 eras" of thought development. **Journal of Public Policy and Marketing**, [S.l.], v. 22, n. 2, p. 116-146, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION (AMA), **Special Interest Group for Marketing Doctoral Students**. Disponível em <www.docsig.org>. Acesso em 17/10/16.

HULT, G. T. M. Toward a theory of the boundary-spanning marketing organization and insights from 31 organization theories. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [S.l.], v.39, n. 4, p. 509-536, 2011.

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**, [S.l.], 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**, [S.l.], v. 16, n. 2 p. 34-46, 2002.

KELLER, K.L. Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. **Journal of Marketing**, [S.l.], 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**, [S.l.], v. 54, n. 2, p. 1-18, Apr. 1990.

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

MENON, A. et al. Antecedents and consequences of marketing strategy making: a model and a test, **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 63, n. 2, p. 18-40, 1999.

MORGAN, N. A.; REGO, L. L. Brand portfolio strategy and firm performance. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 73, n. 1, p. 59-74, 2009.

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

SHETH, J. N. et al. Why we buy what we buy: a theory of consumption values. **Journal of Business Research**, [S.l.], v. 22, n. 2, p. 159-170. 1991.

STEWART, D. W. The role of method: some parting thoughts from a departing editor. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [S.l.], v. 37, p. 381-383, 2009.

TRIM, P. R. J.; LEE, Y. I. A strategic marketing intelligence and multi-organisational resilience framework. **European Journal of Marketing**, [S.l.], v. 42, n. 7/8, p. 731-745, 2008.

URDAN, A. T.; 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**, [S.l.], n. 27, p. 88-100, 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**, [S.l.], v. 27, p. 120-143, 1999.

VARADARAJAN, P. R. From the editor: reflections on research and publishing. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 60, n. 4, p. 3-6, 1996.

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

**** TOP JOURNALS IN MARKETING:**

- Journal of Marketing (JM)
- Journal of Marketing Research (JMR)
- Journal of Consumer Research (JCR)
- Marketing Science (MS)
- Journal of the Academy of Marketing Science (JAMS)
- Journal of Service Research (JSR)

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: Metodologia da Pesquisa

Semestre: 2016/1

Carga horária: 45h

Créditos: 03

Área temática: ADM

Código da disciplina: 006715

Professores: Prof. Dr. Rafael Teixeira / Prof. Dr. Norberto Hoppen

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, proporcionando uma abordagem quantitativa para a solução de problemas teórico-acadêmicos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Introdução à teoria

Paradigmas de Pesquisa em Administração

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

Revisão da literatura

Lógica da pesquisa quantitativa

Métodos de Pesquisa quantitativa: A pesquisa experimental, a pesquisa Survey, a pesquisa com dados secundários.

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

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.

AVALIAÇÃO

FORMAS DE AVALIAÇÃO E OUTRAS COMBINAÇÕES DA DISCIPLINA

Instrumentos de Avaliação da Disciplina	Valor
Faltas (5 pontos por cada falta, 3 faltas no total)	15
Participação no congresso simulado	10
Trabalho final	45
Prova I	15
Prova II	15
TOTAL	100

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALLPSYCH. Material disponível online em

<http://allpsych.com/researchmethods/experimentaldesign.html>

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.

BUSSE, C.A procedure for secondary data analysis: innovation by logistics service providers. **Journal of Supply Chain Management**, [S.l.], Oct. 2010.

CALANTONE, R. J.; VICKERY, S. K. Introduction to the special topic fórum: using archival and secondary data sources in supply chain management research. **Journal of Supply Chain Management**, [S.l.], Oct. 2010.

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

DILLMAN, D. A. **Mail and internet surveys**: the tailored design method. New Jersey: John Wiley & Sons, 2007.

JESSON, J. K.; MATHESON, L.; LACEY, F. M. **Doing your literature review**: traditional and systematic techniques. London: Sage, 2011.

KERLINGER, F. N.; LEE, H. B. **Foundations of behavioral research**. [S.l.]: Thomson Learning, 2000.

LEVITT, S. D.; DUBNER, S. J. **Freakonomics**: o lado oculto e inesperado de tudo que nos afeta. Rio de Janeiro: Campus, cap.1.

LOEBLER, M.; HOPPEN, N. O uso da informação e estratégias de decisão na interação com um sistema de apoio à decisão. In: XXIX Encontro Nacional da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração, 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2005.

MALHOTRA, M. K.; GROVER, V. An assessment of survey research in POM: from constructs to theory. **Journal of Operations Management**, [S.l.], n. 16, p. 407-425, 1998.

NIQUE, W.; LADEIRA, W. **Pesquisa de marketing: uma orientação para o mercado brasileiro**. São Paulo: Atlas, 2013.

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.

OSBORNE, J. W. **Best practices in data cleaning**. Thousand Oaks: Sage. 2013.

SACCOL, A. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração. **Revista de Administração da UFSM**, Santa Maria, v. 2, n. 2, p. 250-269, 2009.

SCHWAB, D. P. A model of empirical research. In: _____. **Research methods for organizational studies**. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 1999. p. 13-28

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.

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**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 105-112, jul./set. 2000.

HAIR JUNIOR, Joseph et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

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. 2nd 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: Ed. USP, 1972.

WALSHAM, Geoff. Interpreting case studies in IS research. **European Journal of Information Systems**, Houndmills, v. 4, n. 2, p. 74-81, 1995.

IDENTIFICATION

Programa de Pós-Graduação em Administração

Level: (X) Master () Doctorate

Course: Tópicos Especiais em Administração: Global Business Project

Term: 2016/1

Length: 15 hours

Credits: 1

Area of knowledge: International Business

Requirements (prior courses): N/A

Professor: Yeda Swirski de Souza

SUMMARY

Global consulting projects; TEAM FOCUS methodology for consulting projects; virtual teams; project management.

OBJECTIVES

The course provides hands-on experience on a consulting project for a real client. By the end of the course, the student should be able to have a critical view of the state-of-the-art consulting methodologies, encompassing the following abilities:

- Understand the dynamics of a firm's strategy and apply it to the global context
- Realize the impact of globalization and international trade in firms' operations, marketing, and management
- Identify challenges firms face when planning and executing operations' value chain activities globally.
- Be able to recommend doable strategic actions for the client firm, based on current knowledge in Management.

CONTENTS

- Global consulting projects;
- TEAM FOCUS methodology for consulting projects;
- virtual teams;

- project management

EVALUATION

Students will be required to actively participate in the consulting projects, within teams.

The weights for each dimension of students' assessment are:

- Individual performance: 55%
 - 70% from faculty advisor assessment
 - 30% from peer assessments
- Team performance: 45%
 - 70% from faculty advisor assessment
 - 30% from peer assessments

REFERENCES

BANSAL, P.; & HOFFMAN, A. J. **The Oxford handbook of business and the natural environment**. Oxford: Oxford University Press, 2012.

Bunyaratavej, K. et al. Conceptual issues in services offshoring research: a multidisciplinary review. **Group & Organization Management**, [S.l.], v. 36, n. 1, p. 70-102, 2011.

CHAKRAVARTY, A. K.; FERDOWS, K.; SINGHAL, K. Global operations and technology management: a note from the editors of the special issue. **Production and Operations Management**, [S.l.], v. 6, n. 2, p. 99-101, 1997.

CLOSS, D. J.; MOLLENKOPF, D. A. A global supply chain framework. **Industrial Marketing Management**, [S.l.], v. 33, n. 1, p. 37, 2004.

COHEN, M. A.; MALLIK, S. Global supply chains: research and applications. **Production and Operations Management**, [S.l.], v. 6, n. 3, p. 193-210, 1997.

COOK, L. S. et al. Human issues in service design. **Journal of Operations Management**, [S.l.], v. 20, n. 2, p. 159-174, 2002.

DE TONI, A.; FILIPPINI, R.; FORZA, C. Manufacturing strategy in global markets: an operations management model. **International Journal of Operations & Production Management**, [S.l.], v. 12, n. 4, p. 7, 1992.

Dornier, P. P. et al. **Global operations and logistics: text and cases**. New York: John Wiley & Sons, 1998.

DUNNING, J. H.; LUNDAN, S. M. **Multinational enterprises and the global economy**. 2nd ed. Cheltenham: Edward Elgar, 2008.

DYER, J. H. Effective interfirm collaboration: how firms minimize transaction costs and maximise transaction value. **Strategic Management Journal**, [S.l.], v. 18, n. 7, p. 535-556, 1997.

DYER, J. H.; HATCH, N. W. Relation-specific capabilities and barriers to knowledge transfers: creating advantage through network relationships. **Strategic Management Journal**, [S.l.], v. 27, n. 8, p. 701-719, 2006.

ETTLIE, J. E.; SETHURAMAN, K. Locus of supply and global manufacturing. **International Journal of Operations & Production Management**, [S.l.], v. 22, n. 3, p. 349-370, 2002.

FERDOWS, K. Made in the world: the global spread of production. **Production and Operations Management**, [S.l.], v. 6, n. 2 p. 102-109, 1997.

FIFAREK, B. J.; VELOSO, F. M. Offshoring and the global geography of innovation. **Journal of Economic Geography**, [S.l.], v. 10, n. 4, p. 559-578, 2010.

GEREFFI, G. **The new offshoring of jobs and global development**. Geneva: International Institute for Labor Studies and International Labor Organization, 2006.

GEREFFI, G.; FERNANDEZ-STARK, K. **Global value chain analysis: a primer**. Durham: Center on Globalization, Governance & Competitiveness, 2001. Disponível em: http://www.cggc.duke.edu/pdfs/2011-05-31_GVC_analysis_a_primer.pdf. Acesso em: 20 jun. 2016

GEREFFI, G.; KORZENIEWICZ, M. **Commodity chains and global capitalism**. Westport: Praeger, 1994.

GHEMAWAT, P. **Redefining global strategy: crossing borders in a world where differences still matter**. 3rd ed. Boston: Harvard Business School Press, 2008.

GRIFFITHS, D. A.; MYERS, M. B. The performance implications of strategic fit of relational norm governance strategies in global supply chain relationships. **Journal of International Business Studies**, [S.l.], v. 36, n. 3, p. 254-269, 2005.

HULT, G. T. M. Cultural competitiveness in global sourcing. **Industrial Marketing Management**, [S.l.], v. 31, n. 1, p. 25-34, 2002.

INEMEK, A.; TUNA, O. Global supplier selection strategies and implications for supplier performance: Turkish suppliers' perception. **International Journal of Logistics-Research and Applications**, [S.l.], v. 12, n. 5, p. 381-406, 2009.

KENNEY, M.; MASSINI, S.; MURTHA, T. P. Offshoring administrative and technical work: new fields for understanding the global enterprise introduction. **Journal of International Business Studies**, [S.l.], v. 40, n. 6, p. 887-900, 2009.

KLEINDORFER, P. R.; VAN WASSENHOVE, L. N. Managing risk in global supply chains. In: GATIGNON, H.; KIMBERLY, J. R. (Ed.), **The Alliance on Globalization**. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

KOTABE, M.; MUDAMBI, R. Global sourcing and value creation: opportunities and challenges. **Journal of International Management**, [S.l.], v. 15, n. 2, p. 121-125, 2009.

Kumar, K. et al. Offshoring and the global distribution of work: Implications for task interdependence theory and practice. **Journal of International Business Studies**, [S.l.], v. 40, n. 4, p. 642-667, 2009.

LEVINA, N.; SU, N. Global multisourcing strategy: the emergence of a supplier portfolio in services offshoring. **Decision Sciences**, [S.l.], v. 39, n. 3, p. 541-570, 2008.

LEWIN, A. Y.; COUTO, V. **Next generation offshoring: the globalization of innovation**: [S.l.]: Duke University CIBER, 2007.

LEWIN, A. Y.; MASSINI, S.; PEETERS, C. Why are companies offshoring innovation: the emerging global race for talent. **Journal of International Business Studies**, [S.l.], v. 40, n. 5, p. 901-925, 2009.

LEWIN, A. Y.; VOLBERDA, H. W. Co-evolution of global sourcing: the need to understand the underlying mechanisms of firm-decisions to offshore. **International Business Review**, [S.l.], v. 20, n. 3, p. 241-251, 2011.

Mangan, J. et al. **Global logistics and supply chain management**. 2nd ed. New York: John Wiley & Sons, 2012.

MANNING, S.; MASSINI, S.; LEWIN, A. Y. A dynamic perspective on next-generation offshoring: the global sourcing of science and engineering talent. **Academy of Management Perspectives**, [S.l.], v. 22, n. 3, p. 35-54, 2008.

MELNYK, S. A.; STEWART, D. M.; SWINK, M. Metrics and performance measurement in operations management: dealing with the metrics maze. **Journal of Operations Management**, [S.l.], v. 22, n. 3, p. 209-218, 2004.

MURRAY, J. Y.; KOTABE, M.; WESTJOHN, S. A. Global sourcing strategy and performance of knowledge-intensive business services: a two-stage strategic fit model. **Journal of International Marketing**, [S.l.], v. 17, n. 4, p. 90-105, 2009.

NAYAK, N. V.; TAYLOR, J. E. Offshore outsourcing in global design networks. **Journal of Management in Engineering**, [S.l.], v. 25, n. 4, p. 177-184, 2009.

Oshri, I. et al. Global sourcing: recent trends and issues. **Information Technology & People**, [S.l.], v. 22, n. 3, p. 192-200, 2009.

PONTE, S.; GIBBON, P. Quality standards, conventions and the governance of global value chains. **Economy & Society**, [S.l.], v. 34, n. 1, p. 1-31, 2005.

ROY, S.; SIVAKUMAR, K. Managing Intellectual property in global outsourcing for innovation generation. **Journal of Product Innovation Management**, [S.l.], v. 28, n. 1, p. 48-62, 2011.

RUGMAN, A. M. (Ed.). **The Oxford handbook of international business**. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2010.

SANDERS, N. R. **Supply chain management: a global perspective**. Hoboken: John Wiley & Sons, 2012.

SIDHU, J. S.; VOLBERDA, H. W. Coordination of globally distributed teams: a co-evolution perspective on offshoring. **International Business Review**, [S.l.], v. 20, n.3, p. 278-290, 2011.

TSAI, M. T.; HUANG, Y. C.; MA, R. Antecedents and consequences of global responsiveness: an empirical examination of MNCs in the global sourcing context. **International Business Review**, [S.l.], v. 18, n. 6, p. 617-629, 2009.

TURNER, L. G. Quality in health care and globalization of health services: accreditation and regulatory oversight of medical tourism companies. **International Journal for Quality in Health Care**, [S.l.], v.23, n. 1, p. 1-7, 2011.

VACHON, S. International operations and sustainable development: should national culture matter? **Sustainable Development**, [S.l.], v. 18, n. 6, p. 350-361, 2010.

YOUNGDAHL, W. E.; RAMASWAMY, K.; DASH, K. C. Service offshoring: the evolution of offshore operations. **International Journal of Operations & Production Management**, [S.l.], v.30, n. 7/8, p. 798-820, 2010.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: Tópicos Especiais em Administração: Modelagem de Experimentos I e II

Semestre: 2016/1

Carga horária: 15

Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da Disciplina: 007140_T21 (I) e 007140_T22 (II)

Professor: Dr. Wagner Junior Ladeira

EMENTA

Entendimento da prática de construção de experimento. Partindo da contextualização dos principais conceitos ao se elaborar um experimento. Desenvolvimento de *primings* semânticos na pesquisa experimental. Utilização do *Software Qualtrics* para construção de emparelhamentos de cenários.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Definição de experimento e tipos de experimentos
- Condições experimentais
- Variáveis dependentes, independentes, estranhas e controladas
- Unidade amostral e emparelhamento
- Classificação de experimentos
- Tratamento, desenho fatorial: between-subjects e within-subjects
- Elaboração de pré-teste e calibragem do experimento
- *Debriefing* e efeito placebo
- Mediação e moderação
- *Priming* semântico como carga de informação no experimento
- Utilização do Qualtrics On-line Survey e delineamento experimental

Observação: Nesta disciplina não será abordado os itens protocolo de tratamento de um experimento e os cálculos estatísticos.

OBJETIVOS

O objetivo central da oficina de modelagem de experimentos é auxiliar o pesquisador a desenvolver na prática um experimento, capacitando este no planejamento e execução de desenhos experimentais. Em termos didáticos, a finalidade da oficina perfaz cinco objetivos cronológicos:

- 1) Entender a relação empírico - teórico que envolve a construção de um experimento,
- 2) Compreender a estrutura de um artigo que utiliza o experimento como método,
- 3) Entender os conceitos centrais de um experimento científico,
- 4) Entender o processo de desenvolvimento de *priming* semântico, e
- 5) Elaborar na prática um desenho experimental.

AVALIAÇÃO

De modo geral, a aula será dedicada à apresentação na prática do conteúdo, com base em uma exposição dialogada. Diferente de outras disciplinas esta apresentação tem um foco bem prático, seguindo a estrutura sugeridas em diversas obras da literatura de experimentos. Na segunda parte da disciplina, o foco será a utilização do *software Qualtrics* para desenvolver experimentos. Algumas aulas vão ocorrer no laboratório de informática a fim de desenvolver aplicações com o *Qualtrics*.

A avaliação é composta por:

- (i) Desenvolvimento do experimento no Qualtrics (máximo quatro alunos): 30%
(10.04.15)
- (ii) Entrega do estudo 1* (no máximo quatro alunos): 50% **(18.05.15)**
- (iii) Participação (individual): 20%

* A entrega do estudo 1 deve ser feita na secretária.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GOODWIN, C. J. **Research in psychology: methods and design**. [S.l.]: John Wiley & Sons, 2009.

HERNANDEZ, J. M.; BASSO, K.; BRANDÃO, M. M. Pesquisa experimental em marketing. **Revista Brasileira de Marketing**, [S.l.], v. 13, n. 2, p. 98-117, 2014.

HOWITT, D.; RAMER, D. **Introduction to statistics in psychology**. [S.l.]: Pearson Education, 2005.

LANGDRIDGE, D.; HAGGER-JOHNSON, G. **Introduction to research methods and data analysis in psychology**. [S.l.]: Pearson Education, 2009.

NIQUE, W. M.; LADEIRA, W. J. **Pesquisa de marketing: uma orientação para o mercado brasileiro**. São Paulo: Atlas, 2014.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARGH, J. A. What have we been priming all these years? On the development, mechanisms, and ecology of nonconscious social behavior. **European Journal of Social Psychology**, [S.l.], v. 36, n. 2, p. 147-168, 2006.

BARGH, J. A.; CHARTRAND, T. L. The mind in the middle: a practical guide to priming and automaticity research, In: REIS, Harry T.; JUDD, Charles M. **Handbook of research methods in social and personality psychology**. New York: Cambridge University Press, 2000. p. 253-285.

BECKER, C. A. Semantic context effects in visual word recognition: an analysis of semantic strategies. **Memory & cognition**, [S.l.], v. 8, n. 6, p. 493-512, 1980.

BROWN, M. S.; ROBERTS, M. A.; BESNER, D. (2001). Semantic processing in visual word recognition: Activation blocking and domain specificity. **Psychonomic bulletin & review**, [S.l.], v. 8, n. 4, p. 778-784, 2001.

EID, M. E.; DIENER, E. E. **Handbook of multimethod measurement in psychology**. [S.l.]: American Psychological Association, 2006.

FALK, A.; HECKMAN, J. J. Lab experiments are a major source of knowledge in the social sciences. **Science**, [S.l.], v. 326, n. 5952, p. 535-538, 2009.

HOWITT, D.; CRAMER, D. **Introduction to statistics in psychology**. [S.l.]: Pearson Education, 2005.

MCQUARRIE, E. F. Integration of construct and external validity by means of proximal similarity: Implications for laboratory experiments in marketing. **Journal of Business Research**, [S.l.], v. 57, n. 2, p. 142-153, 2004.

MCRANEY, D. **Você não é tão esperto quanto pensa**. [S.l.]: Leya, 2013.

WILLIAM, R. Shadish; COOK, T. D.; CAMPBELL, D. T. **Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference**. Wadsworth: Cengage learning, 2002.

EXEMPLOS DE EXPERIMENTOS

ETKIN, J.; RATNER, R. K. Goal pursuit, now and later: temporal compatibility of different versus similar means. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 39, n. 5, p. 1085-1099, 2013.

FINKELSTEIN, S. R.; FISHBACH, A. When healthy food makes you hungry. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 37, n. 3, p. 357-367, 2010.

FISHBACH, A.; DHAR, R. Goals as excuses or guides: the liberating effect of perceived goal progress on choice. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 32, n. 3, p. 370-377, 2005.

FITZSIMONS, G. M.; CHARTRAND, T. L.; FITZSIMONS, G. J. Automatic effects of brand exposure on motivated behavior: how apple makes you “think different”. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 35, n. 1, p. 21-35, 2008.

HIGGINS, E. T. et al. Increasing or decreasing interest in activities: the role of regulatory fit. **Journal of Personality and Social Psychology**, [S.l.], v. 98, n. 4 p. 559, 2010.

- HUANG, S. C.; ZHANG, Y. Motivational consequences of perceived velocity in consumer goal pursuit. **Journal Of Marketing Research**, [S.l.], v. 48, n. 6, p. 1045-1056, 2011.
- HUANG, S. C.; ZHANG, Y.; BRONIARCZYK, S. M. So near and yet so far: the mental representation of goal progress. **Journal of personality and social psychology**, [S.l.], v. 103, n. 2, p. 225, 2012.
- KIM, Y. J.; PARK, J.; WYER JUNIOR, R. S. Effects of temporal distance and memory on consumer judgments. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 36, n. 4, p. 634-645, 2009.
- LARAN, J. Choosing your future: Temporal distance and the balance between self-control and indulgence. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 36, n. 6, p. 1002-1015, 2010.
- LARAN, J. Goal management in sequential choices: consumer choices for others are more indulgent than personal choices. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 37, n. 2, p. 304-314, 2010.
- LARAN, J. The influence of information processing goal pursuit on postdecision affect and behavioral intentions. **Journal of personality and social psychology**, [S.l.], v. 98, n. 1, p. 16, 2010.
- LARAN, J.; JANISZEWSKI, C. Behavioral consistency and inconsistency in the resolution of goal conflict. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 35, n. 6 p. 967-984, 2009.
- LARAN, J.; JANISZEWSKI, C. Work or fun? how task construal and completion influence regulatory behavior. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 37, n. 6, p. 967-983, 2011.
- MAIMARAN, M.; FISHBACH, A. If it's useful and you know it, do you eat? preschoolers refrain from instrumental. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 41, n. 3 p. 642-655, 2014.

MAY, F.; IRMAK, C. Licensing indulgence in the present by distorting memories of past behavior. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 41, n. 3, p. 624-641, 2014.

SALERNO, A.; LARAN, J.; JANISZEWSKI, C. Hedonic eating goals and emotion: When sadness decreases the desire to indulge. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 41, n. 1, p. 135-151, 2014.

SPASSOVA, G.; LEE, A. Y. Looking into the future: a match between self-view and temporal distance. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 40, n. 1, p. 159-171, 2013.

THOMAS, M.; TSAI, C. I. (2012). Psychological distance and subjective experience: how distancing reduces the feeling of difficulty. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 39, n. 2, p. 324-340, 2012.

TU, Y.; SOMAN, D. (2014). The categorization of time and its impact on task initiation. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 41, n. 3, p. 810-822, 2014.

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

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: **Tópicos Especiais em Administração - Produção de Artigos Científicos**

Semestre: 2016/1

Carga horária: 15

Créditos: 1

Área temática: Pesquisa e Publicação em Administração

Código da disciplina: 007140_T19

Professor: Ivan Lapuente Garrido

EMENTA

Dentre os principais objetivos dos Programas de Pós-Graduação estão a produção e a disseminação do conhecimento. Para isso, além do aprofundamento teórico-científico, pertinente a cada área de estudo, está a necessidade do desenvolvimento das habilidades técnicas para a produção de teses, dissertações, projetos e artigos científicos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

TEMA	CARGA HORÁRIA	DIA/HORA	OBS:	INSTRUTORES
Como estruturar artigos científicos	3	08/06- 2ª. Feira 19:15 às 22:00	Apresentação dos requisitos essenciais organização de artigos científicos	Prof. Celso Matos
Base de Dados	3	09/06 - 3ª.feira 19:15 às 22:00	Apresentação e uso das principais ferramentas de pesquisa de base de dados. (Web of Knowledge, EBSCO, Emerald)	Jefferson Monticelli Maitê Brahm
Gerenciadores	3	10/06-4ª. Feira	Apresentação e uso dos principais gerenciadores	Prof. Guilherme Trez

Bibliográficos		19:15 às 22:00	bibliográficos. (Mendeley, EndNote, Papers)	Prof. Iuri Gavronski Silvio Vasconcellos
Submissão e avaliação de artigos	3	11/06-5 ^a . Feira 19:15 às 22:00	A prática da avaliação e da submissão de artigos	Prof. Rafael Teixeira
Revisão de Artigos	1,5	12/06-6 ^a . Feira 19:15 às 20:30	O papel de um revisor de artigos	Prof. Iuri Gavronski
O ambiente de pesquisa brasileiro	1,5	12/06-6 ^a . Feira 20:45 às 22:00	O ambiente de pesquisa brasileiro (Órgãos reguladores, Órgãos de fomento, projetos de pesquisa, avaliações dos PPGs, produção discente)	Prof ^a . Luciana Vieira
Total	15 horas			

OBJETIVOS

Capacitar tecnicamente os participantes para:

- O uso de ferramentas de apoio à pesquisa;
- Estruturar artigos científicos;
- Conhecer os processos de avaliações e submissões de artigos científicos;
- Identificar o adequado uso de normas técnicas em trabalhos científicos;
- Compreender a estrutura do ambiente de pesquisa brasileiro (PPGs, CnPQ, FAPERGS, CAPES, etc)

AVALIAÇÃO

- A aprovação estará vinculada a presença mínima exigida (75%)

- Todo o material utilizado será disponibilizado no Moodle.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARLEY, S. When i write my masterpiece: thoughts on what makes a paper interesting. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 49, n. 1, p. 16-20, 2006.

BILLSBERRY, J. Desk-rejects: 10 top tips to avoid the cull. **Journal of Management Education**, [S.l.], v. 38, n. 1, p. 3-9, 2014.

GELETKANYCZ, M.; TEPPER, B. J. Discussing the Implications. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 55, n. 2, p. 256-260, Apr. 2012.

GEORGE, G. Publishing in AMJ for non-u.s. authors. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 55, n. 5, p. 1023-1026. Oct. 2012.

GRANT, A. M.; POLLOCK, T. G. Setting the Hook. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 54, n. 5, p. 873-879. Oct. 2011.

LINTON, J. D. Academic dishonesty primer: how to avoid it advice for authors. **Technovation**, [S.l.], v. 34, n. 1, p. 1-2, 2014.

POLLOCK, T. G.; BONO, J. E. Being Scheherazade: the Importance of Storytelling in academic writing. **Academy of Management Journal**, [S.l.],v. 56, n. 3, p. 629-634, June 2013.

RAGINS, B. R. Editor's comments: reflections on the craft of clear writing. **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 37, n. 4, p. 493-501, 2012.

SHAW, J. D. From the editors: responding to reviewers. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 55, n. 6, p. 1261-1263, 2012.

SILVER, E. A. Some ideas on enhancing research productivity. **International Journal of Production Economics**, [S.l.], v. 118, n. 1, p. 352-360, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AGUINIS, H.; VANDENBERG, R. J. an ounce of prevention is worth a pound of cure: improving research quality before data collection. **Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior**, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 569-595, 2014.

BANSAL, P.; CORLEY, K. Publishing in AMJ: part 7: what's different about qualitative research? **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 55, n. 3, p. 509-513. June. 2012.

BEDEIAN, A. G. Peer review and the social construction of knowledge in the management discipline. **Academy of Management Learning & Education**, [S.l.], v. 3, n. 2, p. 198-216, June. 2004.

BONO, J. E.; MCNAMARA, G. Publishing in AMJ: part 2: research Design. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 54, n. 4, p. 657-660, Aug. 2011.

CALIGIURI, P.; THOMAS, D. C. From the editors: how to write a high-quality review. **Journal of International Business Studies**, [S.l.], v. 44, n. 6, p. 547-553, Aug. 2013.

COLQUITT, J. A. Crafting references in AMJ submissions. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 56, n. 5, p. 1221-1224. Oct. 2013.

COLQUITT, J. A. Data overlap policies at AMJ. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 56, n. 2, p. 331-333, 2013.

COLQUITT, J. A.; GEORGE, G. Publishing in AMJ: part 1: topic Choice. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 54, n. 3, p. 432-435, June. 2011.

COLQUITT, J. A.; ZAPATA-PHELAN, C. P. Trends in theory building and theory testing: a five-decade study of the academy of management journal. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 50, n. 6, p. 1281-1303. Dec. 2007.

CORLEY, K. G.; GIOIA, D. A. Building theory about theory building: what constitutes a theoretical contribution? **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 36, n. 1, p. 12-32, Jan. 2011.

EDMONDSON, A. MCMANUS, S. Methodological fit in management field research. **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 32, n. 4, p. 1155-1179, 2007.

HILLMAN, A. Editor's comments: what is the future of theory? **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 36, n. 4, p. 606-608, 2011.

KERR, N. L. HARKing: Hypothesizing after the results are known. **Personality and Social Psychology Review**, [S.l.], v. 2, n. 3, p. 196-217, Aug. 1998.

LEPINE, J. A.; WILCOX-KING, A. Editors' comments: developing novel theoretical insight from reviews of existing theory and research. **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 35, n. 4, p. 506-509, Oct, 2010.

MAYER, K. J.; SPARROWE, R. T. Integrating theories in AMJ articles. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 56, n. 4, p. 917-922, 2013.

O'BOYLE, E. H.; BANKS, G. C.; GONZALEZ-MULÉ, E. The chrysalis effect: how ugly initial results metamorphosize into beautiful articles. **Journal of Management**, [S.l.], p. 1 - 24, Mar. 2014.

OKHUYSEN, G.; BONARDI, J.-P. The challenges of building theory by combining lenses. **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 36, n. 1, p. 6-11, Jan. 2011.

RYNES, S.; GEPHART, R. P. Qualitative research and the AOM. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 47, n. 4, p. 454-462, 2004.

SHAH, S. K.; CORLEY, K. G. Building better theory by bridging the quantitative-qualitative divide. **Journal of Management Studies**, [S.l.], v. 43, n. 8, p. 1821-1835, 2006.

SMITHEY FULMER, I. Editor's comments: the craft of writing theory articles--variety and similarity in AMR. **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 37, n. 3, p. 327-331, 2012.

SPARROWE, R. T.; MAYER, K. J. Publishing in AMJ: part 4: grounding hypotheses. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 54, n. 6, p. 1098-1102, Dec. 2011.

SUDDABY, R. Editor's comments: construct clarity in theories of management and organization. **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 35, n. 3, p. 346-357, July. 2010.

SUTTON, R. I.; STAW, B. M. What theory is not. **Administrative Science Quarterly**, [S.l.], v. 40, n. 3, p. 371, 1995.

WACKER, J. G. A definition of theory: research guidelines for different theory-building research methods in operations management. **Journal of Operations Management**, [S.l.], v. 16, n. 4, p. 361-385, 1998.

WHETTEN, D. A. What constitutes a theoretical contribution? **Academy of Management Review**, [S.l.], v. 14, n. 4, p. 490-495, Oct. 1989.

ZHANG, Y.; SHAW, J. D. Publishing in AMJ: part 5: crafting the methods and results. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 55, n. 1, p. 8-12, Feb. 2012.