

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Administração**

Disciplina: Estatística Aplicada à Administração

Semestre: 2016/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 06717

Requisitos de matrícula:

Professores: Celso Matos e Wagner Ladeira

## **EMENTA**

Nesta disciplina serão apresentados e discutidos os métodos estatísticos de análise de dados mais relevantes. Partindo da contextualização dos diversos métodos estatísticos no âmbito das pesquisas científicas, dar-se-á ênfase aos cuidados que o pesquisador deve ter para identificar o método mais adequado para cada tipo de pesquisa, bem como para a correta interpretação das análises realizadas.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

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

## **AVALIAÇÃO**

De modo geral, a primeira parte da aula será dedicada à apresentação do conteúdo, com base em uma exposição dialogada. Na segunda parte da aula, o foco será nas aplicações das técnicas estatís-

ticas, buscando uma integração entre conteúdo e prática, usando como exemplo uma base de dados elaborada pelos alunos. Algumas aulas poderão ocorrer no laboratório de informática a fim de desenvolver aplicações com o SPSS® (*Statistical Package for the Social Science*).

A avaliação é composta por:

(i) exercícios (individuais, ao longo do semestre): 30%

(ii) prova 1 (individual, 9º encontro, **10/10**): 30%

(iii) prova 2 (individual, **última aula, 28/11**): 40%

Critérios na correção: correto uso do SPSS, correta e completa interpretação dos resultados.

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BRUNI, A. L. **SPSS guia prático para pesquisadores**. São Paulo: Atlas, 2012.

DANCEY, C. P.; REIDY, J. **Estatística sem matemática para psicologia**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

FIELD, A. **Descobrimo a estatística usando o SPSS**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ANDERSON, D. R.; SWEENEY, D. J.; WILLIAMS, T. A. **Estatística aplicada à administração e economia**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

BISQUERRA, R.; SARRIERA, J. C.; MARTÍNEZ, F. **Introdução à estatística: enfoque informático com o pacote estatístico SPSS**. Porto Alegre: Artmed, 2004.

DOUGLAS, D. CLARK, J. **Estatística aplicada**. São Paulo: Saraiva, 1998.

FREUND John E.; SIMON Gary A. **Estatística aplicada: economia, administração e contabilidade**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.

HAIR, J. F. et al. **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

MATOS, C. A. de. Análise de dados quantitativos. In: ZILLES, F. (Org.) et al. **Pesquisa mercadológica**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2012.

NEWBOLD, Paul. **Statistics for business and economics**. 4th ed. New Jersey: Prentice-Hall, 1995.

PESTANA, M. H.; GAGEIRO, J. N. **Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS**. 2. ed. Lisboa: Sílabo, 2000.

SILVER, Mick. **Estatística para administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

STEVENSON, William J. **Estatística aplicada a administração**. São Paulo: Harper & Row, 1981.

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

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Administração**

Disciplina: Global Operations

Semestre: 2016/2

Carga horária total:45h

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da Disciplina: 108746

Requisitos de matrícula: this is an English-only course

Professor: Prof. Dr. Iuri Gavronski

## **SUMMARY**

Global operations strategy. Global operations planning and design. Global operations execution and control aspects.

## **OBJECTIVES**

The course provides understanding of global issues related to the management of operations. By the end of the course, the student should be able to have a critical view of the state-of-the-art research of the field, encompassing the following abilities:

- Understand the dynamics of operations strategy and apply it to the global context
- Realize the impact of globalization and international trade in firms' operations
- Identify challenges firms face when planning and executing operations' value chain activities globally: transportation, procurement, inbound logistics, production, distribution, and services.
- Be able to identify performance dimensions relevant to global operations: vulnerability, risk, resilience, and sustainability.
- Identify emerging themes in global operations, such as (but not limited to) reverse logistics, service supply chains, and emerging supply chain designs.

## CONTENTS

- Global operations strategy
- Global operations design.
- Operations' value chain (OVC): transportation, procurement, inbound logistics, production, distribution, and services.
- Management of Multinational Companies (MNCs)
- Global operations performance
- Global operations' vulnerability, risk, robustness, and resilience.
- Sustainable supply chains
- Closed-loop supply chains
- Service supply chains
- Emerging supply chain designs

## EVALUATION

Students will be required to participate actively in classroom debates. A focused literature review paper is due in the end of the term. An extended abstract of the main ideas of the lit review paper is due in mid-term.

The weights for each dimension of students' assessment are:

- Classroom participation: 30%
- Mid-term extended abstract: 20%
- Term paper: 50%

## MAIN REFERENCES

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

CRANE, A. et al. (Ed.). **The oxford handbook of corporate social responsibility**. Oxford: Oxford University Press.

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

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

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

### ADDITIONAL REFERENCES

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. Disponível em: <doi: 10.1177/1059601110390996>. Acesso em: 4 out. 2016.

CRAIGHEAD, C. W. et al. The severity of supply chain disruptions: design characteristics and mitigation capabilities. **Decision Sciences**, [S.l.], v. 38, n. 1, p. 131-156, 2007. Disponível em: <doi: 10.1111/j.1540-5915.2007.00151.x>. Acesso em: 4 out. 2016.

DANGAYACH, G. S.; DESHMUKH, S. G. Manufacturing strategy: literature review and some issues. **International Journal of Operations & Production Management**, [S.l.], v. 21, n. 7, p. 884, 2001.

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

ELLRAM, L. M.; TATE, W. L.; BILLINGTON, C. Services supply management: the next frontier for improved organizational performance. **California Management Review**, [S.l.], v. 49, n. 4, p. 44-66, 2007. Disponível em: <doi: 10.2307/41166405>. Acesso em: 4 out. 2016.

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. Disponível em: <doi: 10.1093/jeg/lbq013 4>. Acesso em: 4 out. 2016.

GAVRONSKI, I. Resources and capabilities for sustainable operations strategy. **Journal of Operations and Supply Chain Management**, [S.l.], v. 5, n.esp. p. 1-12, 2012.

GEREFFI, G.; FERNANDEZ-STARK, K. **Global value chain analysis: a primer**. Durham: Center on Globalization, Governance & Competitiveness (CGGC), 2011. Disponível em:

<[http://www.cggc.duke.edu/pdfs/2011-05-31\\_GVC\\_analysis\\_a\\_primer.pdf](http://www.cggc.duke.edu/pdfs/2011-05-31_GVC_analysis_a_primer.pdf)>. Acesso em: 4 out. 2016.

KHAN, O.; BURNES, B. Risk and supply chain management: creating a research agenda. **The International Journal of Logistics Management**, [S.l.], v. 18, n. 2, p. 197-216, 2007. Disponível em: <doi: 10.1108/09574090710816931>. Acesso em: 4 out. 2016.

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. Disponível em: <doi: 10.1016/j.intman.2009.03.001>. Acesso em: 4 out. 2016.

KUMAR, K.; VAN FENEMA, P. C.; VON GLINOW, M. A. Offshoring and the global distribution of work: implications for task interdependence theory and practice. **Journal of International Business Studies**, [S.l.], v. 49, n. 4, p. 642-667, 2009. Disponível em: <doi: 10.1057/jibs.2008.77>. Acesso em: 4 out. 2016.

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. Disponível em: <doi: 10.1016/j.jom.2004.01.004>. Acesso em: 4 out. 2016.

PAIVA, E. L.; VIEIRA, L. M. Strategic choices and operations strategy: a multiple cases study. **International Journal of Services and Operations Management**, [S.l.], v. 10, n. 2, p. 119-135, 2011.

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

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Administração**

Disciplina: Internacionalização de Empresas

Semestre: 2016/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: ADM

Código da disciplina: 091253

Requisitos de matrícula:

Professores: Ivan Lapuente Garrido / Luciana Marques Vieira

## **EMENTA**

A internacionalização das organizações ocorre por meio do seu envolvimento com mercados, empresas e operações realizadas fora do seu país de origem. Esse processo, acelerado e facilitado pela Globalização e até então liderado por economias desenvolvidas, tem sido permeado por intensas mudanças, principalmente marcado pela ascensão de países emergentes e suas empresas e indústrias, muitas vezes orientados por novos determinantes competitivos.

Sob esse contexto, a disciplina, está dividida em três blocos. O primeiro bloco discute, de forma evolutiva e contextualizada com o ambiente, as principais teorias em internacionalização e as estratégias de entrada em mercados externos. O segundo bloco trata das estratégias, organização e gestão das multinacionais. Finalmente, o terceiro bloco aborda temas mais pontuais em internacionalização, como marketing, desempenho, passado e tendências de pesquisa em internacionalização.

## **CONTEUDO PROGRAMATICO**

### **Bloco I: Teorias de Internacionalização e Estratégias de Entrada em Mercados Internacionais**

- Teorias Econômicas Clássicas
- Abordagens Econômicas de Internacionalização: Ciclo de Vida do Produto, Internacionalização, Paradigma Eclético

- Abordagens Comportamentais da Internacionalização: Escola de Uppsala, Abordagem das Networks, Empreendedorismo
- Novas Tendências Teóricas em Internacionalização: Visão Baseada em Recursos e Visão Baseada em Instituições

**Bloco II: Multinacionais**

- Estratégias, Organização e Gestão de Multinacionais

**Bloco III: Temas Complementares**

- Late Movers e Born Globals
- Orientação para o Mercado Externo
- Desempenho Internacional
- Passado e Futuro das Pesquisas em Internacionalização

**OBJETIVOS**

Esta disciplina objetiva sistematizar e aprofundar os conhecimentos relacionados às diferentes dimensões da internacionalização de empresas. As teorias e temas tratados fornecem apoio para a análise crítica e tomada de decisões relativas à internacionalização e à gestão em negócios internacionais.

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

As aulas serão ministradas em forma de seminários conduzidos ora pelo professor, ora pelos alunos (individual ou em grupo) e mediados pelo professor.

Os seminários não representam somente a apresentação do material previsto para a aula, deve contemplar uma metodologia adequada que promova o debate, a interação e participação de todos.

No início de cada aula o aluno deverá entregar uma folha (30 linhas) fazendo uma breve análise do material estudado, tendo como fechamento questões para discussão em aula.

**AVALIAÇÃO**

Apresentação de seminários (Peso 3).

Participação em aula (Peso 2).

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

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

DUNNING, J. H. LUNDAN SARIANNA M. **Multinational enterprises and the global economy**. 2nd ed. Great Britain: Edward Elgar Publishing Ltd, 2008.

BUCKLEY, P. J; GHAURI, P. (Org.). **The internationalization of the firm: a reader**. London: Academic Press, 2002.

ROOT, Franklin R. **Entry strategies for international markets**. New York: Lexington Books, 1994.

RUGMANN, Allan M.; BREWER, Thomas L. **The oxford handbook of international business**. 2nd ed. USA: Oxford University Press; 2009.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

AULAKH, P. S. et al. Export strategies and performance of firms from emerging economies: evidence from Brazil, Chile and Mexico. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 43, n. 3, p. 342 - 361, 2000.

BUCKLEY, P. J. et al. Measures of international competitiveness: a critical survey. **Journal of Marketing Management**, [S.l.], v. 4, n. 2, p. 175 - 200, 1988.

BUCKLEY, P. J.; GHAURI, P. **The Internationalization of the firm: a reader**. London: Academic Press, 1993.

COLLA, E.; DUPUIS, M. Research and managerial issues on global retail competition: Carrefour vs Wal Mart. **International Journal of Retail and Distribution Management**, [S.l.], v. 30, n. 2, p. 103 - 111, 2002.

DUNNING, J. H. The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions. **Journal of International Business Studies**, [S.l.], v. 19, n. 1, p. 1 - 31, 1988.

DUNNING, J. H. Toward an eclectic theory of international production: some empirical tests. **Journal of International Business Studies**, [S.l.], v. 2, n. 3, p. 9-31, 1980.

DUNNING, J. H.; LUNDAN, S. M. The institutional origins of dynamic capabilities in multinational enterprises. **Ind Corp Change**, [S.l.], v. 19, n. 4, p. 1225-1246, 2010.

FAHY, J. A resource-based analysis of sustainable competitive advantage in a global environment. **International Business Review**, [S.l.], v. 11, p. 57-78, 2002.

FLEURY, A. C. C.; FLEURY, M. T. L. Estratégias competitivas e competências essenciais: perspectivas para a internacionalização da indústria no Brasil. **Gestão e Produção**, [S.l.], v. 10, n. 2, p. 129-144, 2003.

GRIFFITH, D. A.; HARVEY, M. G. A resource perspective of global dynamic capabilities. **Journal of International Business Studies**, [S.l.], v. 32, n. 3, p. 597-606, 2001.

ROCHA, A. da. **A internacionalização das empresas brasileiras**: estudos de gestão internacional. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

SCHMITZ, H.; KNORRINGA, P. Learning from global buyers. **Journal of Development Studies**, [S.l.], v. 37, n. 2, p.177- 205, 2000.

VERNON, R. International investment and international trade in the product cycle. **Quarterly Journal of Economics**, [S.l.], v. 80, p. 190 - 207, 1966.

VIEIRA, L. M.; TRAILL, W. B. Trust and governance of global chains. **British Food Journal**, [S.l.], v. 110, p. 460-473, 2008.

WILLIAMSON, J. **A Economia aberta e a economia mundial**: um texto de economia internacional. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

WILLIAMSON, O. E. **The economics institutions of capitalism**. London: The Free Press, 1985.

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Administração**

Disciplina: Inovação e Competitividade

Ano/Semestre: 2016/2

Carga horária total: 45          Carga horária teórica: 30          Carga horária prática: 15

Créditos: 03

Área temática: Administração

Código da disciplina: 108747

Requisitos de matrícula:

Professora: Amarolinda Z. Klein

## **EMENTA**

Refletir sobre a importância do desenvolvimento tecnológico para a competitividade da empresa e do país com a discussão da relação entre tecnologia e sociedade. Oferecer aos alunos, através de bibliografia atualizada e de estudos de casos, a oportunidade de compreensão de como as empresas inovam e como os países incentivam o processo de inovação. Além disso, os alunos são conscientizados dos efeitos da tecnologia sobre a sociedade e da influência da sociedade sobre o desenvolvimento de tecnologias.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Ciência, tecnologia e sociedade;

A tecnologia como construção social;

Principais teorias econômicas que descrevem o desenvolvimento tecnológico;

Tecnologia e competitividade;

O ciclo de vida da tecnologia;

A gestão tecnológica na empresa;

Estratégia empresarial e gestão da inovação;

Empreendedorismo e tecnologia: geração de modelos de negócios, aceleradoras, incubadoras de empresas e parques tecnológicos;

Transferência de tecnologia: negociação e propriedade intelectual.

## OBJETIVOS

- Favorecer a compreensão das variáveis econômicas e das políticas públicas que influenciam a inovação da firma.
- Possibilitar o entendimento dos modelos básicos de gestão de inovação organizacional.
- Conhecer as fontes de informação e os métodos que favorecem o desenvolvimento de inovações organizacionais.

## METODOLOGIA

- Discussão da literatura (artigos seminais e estado-da-arte).
- Interação academia-indústria (*benchmarks*, estudos de casos, visitas em campo).
- Projetos baseados em problemas.
- Elaboração de estudos de casos, relatórios, resenhas e artigos de pesquisa.

## AVALIAÇÃO

Os critérios de avaliação dos trabalhos executados ao longo da disciplina levarão em conta a capacidade dos alunos de interpretar e discutir os conteúdos abordados na mesma. Os seguintes aspectos serão avaliados:

- Respostas a exercícios, relatórios, resenhas e resolução de casos – poderão ser realizados individualmente (a maior parte deles), eventualmente alguns em grupo (Atividade corresponde a 50% da nota).
- Apresentação de um estudo de caso (individual) sobre tema de livre escolha do aluno, desde que o tema esteja relacionado ao foco da disciplina. O estudo de caso deve ser entregue por escrito e apresentado e discutido com a turma oralmente (Atividade corresponde a 50% da nota)

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BROWN, T. **Change by design**: how design thinking transforms organizations and inspires innovation. [S.l.]: HarperBusiness, 2009.

COOPER, R. G.; EDGETT, S. J.; KLEINSCHIMDT, E. J. Optimizing the stage-gate process: what best-practice companies do I & II. **Research Technology Management**, [S.l.], v. 45, n. 5, p. 21-27, 2002.

CRUZ ; C. B.; CHAIMOVICH, H. Brasil. In: UNESCO. **Relatório UNESCO sobre ciência: o estado atual da ciência no mundo**. Brasília, DF: UNESCO, 2010. Disponível em:

<<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001898/189883por.pdf>>. Acesso em: 4 out. 2016.

CHESBROUGH, H. W. Open services innovation. **Research Technology Management**, [S.l.], v. 54, n. 2, p. 12-17, 2011.

MANUAL da PINTEC: pesquisa de inovação tecnológica (PINTEC 2005). Rio de Janeiro: IBGE, 2006. Resumo da discussão e analisar dados disponíveis do SNI Brasileiro e da PINTEC. Disponível em:

<http://www.pintec.ibge.gov.br/downloads/METODOLOGIA/Manual%20de%20Instrucoes%20para%20Preenchimento%20do%20Questionario/Manual%20PINTEC%202005.pdf> . Acesso em: 20 e out. 2016.

MANUAL de OSLO: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3. ed. [S.l.]: OCDE, c1997. Disponível em: <http://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf> Acesso em: 20 e out. 2016.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Gestão da inovação**. 5. ed. São Paulo: Artmed, 2015.

TIGRE, P. B.. **Gestão da inovação: a economia da tecnologia no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

VERGANTI, R. **Design driven innovation: changing the rules of competition by radically innovating what things mean**. [S.l.]: Harvard Business Press, 2009

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BIGNETTI, L. P. O processo de inovação em empresas intensivas em conhecimento. **Revista de Administração Contemporânea (RAC)**, Gávea, v. 6, n. 3, p. 33-53, set./dez. 2002.

CHESBROUGH, H. W. **Open innovation: researching a new paradigm**. Oxford: Oxford University Press, 2006.

CHRISTENSEN, C. **O dilema da inovação**. São Paulo: Makron Books, 2001.

CLARK, K. B.; WHEELRIGHT, S. C. **Managing new product and process development**. New York: Free Press, 1993.

COHEN, W.; LEVINTHAL, D. Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation. **Administrative Science Quarterly**, Ithaca, v. 35, p. 128-152, 1990.

DOSI, G. Technological paradigms and technological trajectories. **Research Policy**, Amsterdam, v. 11, p. 147-162, 1982.

FREEMAN, C. **The economics of industrial innovation**. Cambridge: The MIT Press, 1982.

LEONARD, D. Core capabilities and core rigidities: a paradox in managing new product. **Strategic Management Journal**, Sussex, v. 13, n. esp., p. 111, 1992.

NELSON, R.; WINTER, S. **An evolutionary theory of economic change**. Cambridge, Mass: The Belknap Press of Harvard University, 1982.

SBICCA, A; PELAEZ, V. Sistemas de inovação. In: PELAEZ, V.; SZMERECSÁNYI, T. (Org.). **Economia da inovação tecnológica**. São Paulo: Hucitec, 2006.

SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril, 1982.

TEECE, D; PISANO, G.; SHUEN, A. Dynamic capabilities and strategic management. **Strategic Management Journal**, Sussex, v. 18, n. 7, p. 509-533, 1997.

TIWANA, A. Separating signal from noise: evaluating emerging technologies. **MIS Quarterly Executive**, [S.l.], v. 13, n. 1, 2014.

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Administração**

Disciplina: Métodos Qualitativos de Pesquisa

Ano/Semestre: 2016/2

Carga horária total: 45          Carga horária teórica: 25          Carga horária prática: 20

Créditos: 03

Área temática: Administração

Código da disciplina: 108742

Requisitos de matrícula:

Professora: Amarolinda Z. Klein

## **EMENTA**

A pesquisa em Administração pode envolver diferentes abordagens metodológicas. Esta disciplina aborda as metodologias de pesquisa qualitativas, que envolvem meios de obtenção de informações detalhadas sobre comportamentos e crenças em ambientes sociais, de forma contextualizada.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Paradigmas epistemológicos que fundamentam a pesquisa qualitativa.
- Tipos de problemas/contextos de pesquisa que podem ser abordados por meio da pesquisa qualitativa.
- Métodos de pesquisa qualitativa em Administração.
- Técnicas para a coleta de dados qualitativos.
- Técnicas e softwares para a análise de dados qualitativos.
- Comunicação/publicação dos resultados de pesquisas qualitativas.

## **OBJETIVOS**

Possibilitar aos participantes as seguintes aprendizagens:

- Compreender os paradigmas epistemológicos que fundamentam a pesquisa qualitativa.
- Conhecer os métodos de pesquisa qualitativa utilizados com maior frequência na área de Administração e saber como e quando é adequado adotá-los.
- Conhecer as principais técnicas para coleta e análise de dados qualitativos e saber aplicá-las na prática.

- Conhecer as principais técnicas para análise de dados qualitativos e saber aplica-las na prática.
- Saber como devem ser comunicados os resultados de pesquisas qualitativas.

### **METODOLOGIA**

Diversas estratégias poderão ser adotadas, incluindo:

- Aulas expositivo-dialogadas.
- Seminários.
- Exercícios práticos.
- Análise e discussão de pesquisas qualitativas.
- Utilização de softwares para análise de dados qualitativos.

### **AVALIAÇÃO**

A avaliação da disciplina ocorrerá por diversos meios, incluindo:

- Participação em seminários de pesquisa (leitura crítica e discussão de textos).
- Localização, análise e apresentação de pesquisas “modelo” em cada método ou técnica estudada.
- Resenhas.
- Exercícios práticos de aplicação de técnicas de coleta e de análise de dados qualitativos.

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BASKERVILLE, Richard L. Investigating information systems with action research. **Communications of the Association for Information Systems**, [S.l.], v. 2, artigo 19, p. 2-32, 1999.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2010.

GEE, J. **How to do discourse analysis: a toolkit**. New York: Routledge, 2011.

GIBBS, G. **Análise de dados qualitativos**. São Paulo: Artmed: 2008.

HACKLEY, C. **Doing research projects in marketing, management and consumer research**. London: Routledge, 2003.

MILES, M.; HUBERMAN, A. M. **Qualitative data analysis: an expanded sourcebook**. Thousand Oaks: Sage, 1994.

PEFFERS, K. et al. A design science research methodology for information systems research. **Journal of Management Information Systems**, [S.l.], v. 24, n. 3, p. 45-77, 2007.

SILVERMAN, D. **Interpretação de dados qualitativos: métodos para análise de entrevistas, textos e interações**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ANGROSINO, M. (Org.) **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BABOUR, R. **Grupos focais**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

CAYLA J.; ARNOULD, E. Ethnographic stories for market learning. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 77, p. 1-16, 2013.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, N. S. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

EISENHARDT, K. Building theories from case study research. **Academy of Management Review**, Mississippi, v. 14, n. 4, p. 532-550, 1989.

FLICK, U. (Org.) **Coleção pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

FLYVBJERG, Bent. Five misunderstandings about case-study research. **Qualitative Inquiry**, [S.l.], n. 12, p. 219-245, 2006

FREITAS JUNIOR, J. C. et al. Design research: aplicações práticas e lições aprendidas. **Faces: Revista de Administração**, Belo Horizonte, v. 14, p. 96-116, 2015.

GOMM, R.; HAMMERSLEY, M.; FOSTER, P. **Case study method**. London: Sage, 2000.

HAMMERSLEY, M. **Discourse analysis**: a bibliographical guide. 2002. Disponível em:  
<<http://discourseanalysis.bokee.com/inc/20050120231555563641.pdf>>. Acesso em: 26 set. 2012.

PUNCH, K. **Introduction to research methods in education**. Thousand Oaks: Sage, 2009.

SACCOL, A. Z. 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.

SCHOUTEN, J. W.; MC ALEXANDER, J. Subcultures of consumption: an ethnography of the new bikers. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 22, n. 1, p. 46-61, 1995.

STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Pesquisa qualitativa**: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento da teoria fundamentada. Porto Alegre: Artmed, 2008.

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Administração**

Disciplina: Tópicos Especiais em Administração - Modelagem de Equações Estruturais Usando o AMOS 18

Ano/Semestre: 2016/2

Carga horária: 15

Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 108768\_T02

Professor: Dr. Celso Augusto de Matos

## **EMENTA**

O objetivo geral da disciplina é apresentar os principais conceitos da Modelagem por Equações Estruturais (MEE) e as etapas necessárias para a proposição e teste de um modelo teórico.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Análise Fatorial Exploratória versus Análise Fatorial Confirmatória
- Modelos de Mensuração e Purificação das escalas
- Unidimensionalidade dos constructos
- Validade convergente, Confiabilidade simples e composta, Validade discriminante
- Teste do Modelo Estrutural
- Interpretação dos resultados
- Aplicação e Interpretação de um exemplo prático

## **OBJETIVOS**

Os objetivos específicos são:

- Permitir aos alunos uma familiarização com a técnica de MEE;
- Abordar, de modo prático, as principais etapas e decisões necessárias para a correta aplicação da MEE;
- Demonstrar os procedimentos do software AMOS<sup>®</sup> no uso da técnica MEE.

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

O método de ensino adotado na disciplina é de exposição dialogada e atividade prática no software AMOS. É essencial que cada participante esteja com seu computador pessoal para praticar em sala. Os textos indicados na bibliografia básica são recomendados para leitura extra-classe.

### **AVALIAÇÃO**

A disciplina será avaliada com base em: a) presença e participação nas atividades práticas que serão desenvolvidas ao longo das aulas (40%) e b) um trabalho final de análise de dados, a ser entregue no formato de relatório de pesquisa, com máximo de 15 páginas (60%).

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

GARSON, G. D. **Structural equation modeling**. Asheboro: Statistical Associates “Blue Book” Series, 2012.

PRADO, P. H. M. Os modelos de equações estruturais em marketing. In: BOTELHO, D.; ZOUAIN, D.M. (Org.) **Pesquisa quantitativa em administração**. São Paulo: Atlas, 2006. p.129-153.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ARBUCKLE, J. L. **Amos 16.0 user's guide**. Chicago: SPSS, 2007.

BAGOZZI, R.; PHILIPS, L. W. “Representing and testing organizational theories: a holistic construal”. **Administrative Science Quarterly**, [S.l.], v. 27, n. 3, p. 459-90, 1982.

BENTLER, P. M.; CHOU, C. P. Practical issues in structural modeling. **Sociological Methods and Research**, [S.l.], v. 16, n. 1, p. 78-117, 1987.

BIDO, D. S. et al. Qualidade do relato dos procedimentos metodológicos em periódicos nacionais na área de administração de empresas: o caso da modelagem em equações estruturais nos periódicos nacionais entre 2001 e 2010. **Organização & Sociedade**, [S.l.], v.19, n.60, p.125-144, 2012.

BOLLEN, Kenneth A. **Structural equations with latent variables**. New York: Wiley, 1989.

BYRNE, B. M. **Structural equation modeling with amos: basic concepts, applications, and programming.** 2nd ed. New York: Routledge, 2010.

FORNELL, C.; LARCKER, D. F. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. **Journal of Marketing Research**, [S.l.], v. 18, n. 1 p. 39-50, 1981.

GERBING, D. W.; ANDERSON, J. C. Un updated paradigm for scale development incorporating unidimensionality and its assessment. **Journal of Marketing Research**, [S.l.], v. 25, p. 186-192, May. 1988.

HAIR JUNIOR, J. F. et al. **Multivariate data analysis.** 5th ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 1998.

HOYLE, Rick H. (Ed.). **Structural equation modeling: concepts, issues, and applications.** Thousand Oaks: Sage Publications, 1995.

KLINE, Rex B. **Principles and practice of structural equation modeling.** NY: Guilford Press. 1998a

KLINE, Rex B. Software programs for structural equation modeling: AMOS, EQS, and LISREL. **Journal of Psychoeducational Assessment**, [S.l.], n. 16, p. 343-364, 1998b.

MATOS, C. A. de et al. Como os consumidores reagem ao recall de produtos? uma abordagem com equações estruturais (...) In: ENANPAD, 28., 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004, p.1-15.

MATOS, C. A. de et al. Consumer reaction to service failure and recovery: the moderating role of attitude toward complaining. **Journal of Services Marketing**, [S.l.], v.23, n.7, p.462-475, 2009.

MATOS, C. A. de et al. The different roles of switching costs on customer satisfaction and loyalty: direct, mediating and moderating effects. **International Journal of Bank Marketing**, [S.l.], v.27, n.7, p.506-523, 2009.

MATOS, C. A. de, BONFANTI, K. Comportamento compulsivo de compra: fatores influenciadores no público jovem In: ENANPAD, 32., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008, p.1-15.

MATOS, C. A. de, LEIS, R. P. Service failure and recovery: a cross-cultural study comparing brazil and france In: ENANPAD, 32., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008, p.1-15.

MATOS, C. A. et al. Consumer attitudes toward counterfeits: a review and extension. **Journal of Consumer Marketing**, [S.l.], v.24, n.1, p.36-47, 2007.

NETEMEYER, R. G.; BEARDEN, W.O.; SHARMA, S. **Scaling Procedures**: issues and applications. California: Sage Publications, 2003.

PILATI, R.; LAROS, J. A. Modelos de equações estruturais em psicologia: conceitos e aplicações. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, [S.l.], v.23, n.2, p.205-216, 2007.

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Administração**

Disciplina: Tópicos Especiais em Administração - Negócios Sociais e Base da Pirâmide

Ano/Semestre: 2016/2

Carga horária total: 12h      Carga horária teórica:      Carga horária prática:

Créditos: 01

Área temática:

Código da disciplina: 007140\_T23

Requisitos de matrícula:

Professor: Diego A. B. Marconatto

## **EMENTA**

Os alunos são introduzidos a novos modelos e propostas organizacionais, todos alternativos aqueles mais tradicionais (negócios capitalistas *'mainstream'* de um lado, e organizações filantrópicas, de outro). Além de textos centrados nos negócios sociais e na base da pirâmide, os alunos serão expostos a casos reais, filmes e outros meios de contato com essas temáticas. Ao final da disciplina, eles deverão estar aptos a identificar e diferenciar modelos alternativos de negócios – voltados à base da pirâmide e ao social. Devem também ter a capacidade de pensar como negócios tradicionais podem eventualmente adaptar e estender suas estruturas produtivas (cadeias de valor), produtos e serviços às parcelas mais pobres do mercado.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDADE 1.** Negócios sociais e base da pirâmide: conceitos fundamentais

**UNIDADE 2.** Base da pirâmide e estratégias organizacionais

**UNIDADE 3.** Negócios Sociais: um novo modelo de negócio, um novo mercado, novas possibilidades.

**UNIDADE 4.** Outros modos alternativos de organização e desenvolvimento.

## **OBJETIVOS**

Criar as condições para aprofundar e expandir a compreensão e estimular a organização das informações produzindo conhecimento pertinente sobre Negócios Sociais e Base da Pirâmide.

Oferecer visão crítica-reflexiva-analítica sobre Negócios Sociais e Base da Pirâmide.

## **METODOLOGIA**

Os encontros serão organizados na forma de seminários coordenados pelos professores e pelos alunos, consistindo de discussões e debates sobre as diferentes unidades de conteúdo – com o apoio de materiais diversos. Os alunos deverão estudar, previamente a cada sessão, os conteúdos a serem discutidos/debatidos conforme indicados pelo professor.

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BARKI, E.; IZZO, D., H. G.; AGUIAR, L. **Negócios com impacto social no Brasil**. [S.l.]: Peirópolis, 2013.

BARKI, Prahalad C. K.; HART, S. L. The fortune at the bottom of the pyramid. **Strategy + Business**, [S.l.], n. 26, p. 1-14, 2002.

BOCKEN, N. M. P. et al. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. **Journal of Cleaner Production**, [S.l.], n. 65, p. 42-56, 2014.

DUBB, S. Community wealth building forms: what they are and how to use them at the local level. **Academy of Management Perspective**, [S.l.], v. 30, n. 2, p. 141-152, 2016.30(2)

ELKINGTON, J. Towards the sustainable corporation: win-win business strategies for sustainable development. **California Management Review**, [S.l.], v. 36, n. 2, p. 90-100, 1994.

KOLK, A.; RIVERA-SANTOS, M.; RUFIN, C. Reviewing a decade of research on the “base/bottom of the pyramid” (BOP) concept. **Business & Society**, vol.53, n.3, p.338-377.

PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. Creating shared value. **Harvard Business Review**, [S.l.], jan-fev, p. 1-17, 2011.

LONDON, T.; HART, S. L. Reinventing strategies for emerging markets: beyond the transnational model. **Journal of International Business Studies**, [S.l.], n. 35, p. 350-370, 2004.

MARCONATTO, D. A. B.; BARIN-CRUZ, L.; PEDROZO, E. A. When microfinance meets CSR. In: JAMALI, Dima et al. (Org.). **Development-oriented corporate social responsibility: locally-led initiatives in developing economies**. Sheffield: Greenleaf, 2015. p. 169-188.

MARCONATTO, D. et al. Developing sustainable business models within BOP contexts : mobilizing native capability to cope with government programs. **Journal of Cleaner Production**, [S.l.], n. 129, p. 735-748, 2016.

MARGOLIS, J. D.; WALSH, J. P. Misery loves rethinking companies: social initiatives by business. **Administrative Science Quarterly**, [S.l.], v. 48, n. 2, p. 268-305, 2003.

PHAN, P. et al. Alternative forms of economic organization: be careful what you wish for. **Academy of Management Perspective**, [S.l.], v. 30, n. 2, p. 117-122, 2016.

RANGAN, V. K. et al. Segmenting the base of the pyramid. **Harvard Business Review**, [S.l.], n. 89, p. 113-117, June. 2011.

SEELOS, C.; MAIR, J. Profitable business models and market creation in the context of deep poverty: a strategic view. **Academy of Management Perspectives**, [S.l.], v. 21, n. 4, p. 49-63, 2007.

SINGH, R. et al. Corporate social responsibility: linking bottom of the pyramid to market development. **Journal of Business Ethics**, [S.l.], v. 131, n. 2 p. 361-373, 2014.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BOONS, F.; LÜDEKE-FREUND, F. Business models for sustainable innovation: state-of-the-art and steps towards a research agenda. **Journal of Cleaner Production**, [S.l.], n. 45, p. 9-19, 2013.

CURTIS, R. Fighting poverty with profit. **Appropriate Technology**, [S.l.], v. 31, n. 3, p. 52-53, 2004.

JOSE, P. D. Rethinking the BOP: new models for the new millennium - academic perspective. **IIMB Management Review**, [S.l.], v. 20, n. 2, p. 198-202, 2008.

KARNANI, A. Help, don't romanticize, the poor. **Business Strategy Review**, [S.l.], v. 19, n. 2, p. 48-53, 2008.

KARNANI, A. The mirage of marketing to the bottom of the pyramid: how the private sector can help alleviate poverty. **California Management Review**, [S.l.], v. 49, n. 4, p. 90-112, 2007.

LONDON, T. Making better investments at the base of the pyramid. **Harvard Business Review**, [S.l.], v. 87, n. 5, p. 106-113, 2009.

MARCONATTO, D. et al. Going beyond microfinance fuzziness. **Journal of Cleaner Production**, [S.l.], n. 115, p. 5-22, 2015.

MARTINEZ, J. L.; CARBONELL, M. Value at the bottom of the pyramid. **Business Strategy Review**, [S.l.], v. 18, n. 3, p. 50-55, 2007.

OLSEN, M.; BOXENBAUM, E. Bottom-of-the-pyramid: organizational barriers to implementation. **California Management Review**, [S.l.], v. 51, n. 4, p. 100-125, 2009.

PITTA, D. A. et al. The quest for the fortune at the bottom of the pyramid: potential and challenges. **Journal of Consumer Marketing**, [S.l.], n. 25, 393-401, 2008.

PRAHALAD, C. K. **The fortune at the bottom of the pyramid**: eradicating poverty through profits. Upper Saddle River: Wharton School Publishing, 2009.

YUNUS, M. et al. Building social business models: lessons from the Grameen Experience. **Long Range Planning**, [S.l.], v. 43, n. 2/3, p. 308-325, 2010.

YUNUS, M.; WEBER, K. **Creating a world without poverty**: social business and the future of capitalism. New York: Public Affairs, 2009.