

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: **Gestão da Inovação**

Nível: Mestrado e Doutorado

Ano/Semestre: 2020/1

Carga horária total: 45h

Créditos: 03

Código da disciplina: Mestrado: 115491 e Doutorado: 115507

Professores: Alsones Balestrin, Daniel Puffal, Kadigia Faccin

EMENTA

A disciplina aborda o tema da gestão da inovação em quatro eixos: fontes de inovação; contexto da inovação; estratégia, gestão e organização para a inovação; e, estudo de práticas e casos de gestão da inovação. Além dos conceitos clássicos, os temas serão tratados de forma contemporânea, especialmente nas perspectivas tecnológica e social e abrangendo dimensões relevantes para a gestão e as práticas de inovação, como design, colaboração, redes, ecossistemas, criatividade, sustentabilidade, financiamento, capital intelectual, entre outros.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1 – Introdução a Gestão da Inovação

- 1.1 Perspectivas sobre gestão da inovação
- 1.2 A natureza da inovação

2 – As Fontes da Inovação

- 2.1 Ciência, tecnologia e inovação
- 2.2 Marketing e inovação
- 2.3 Usuários finais e inovação
- 2.4 Redes e inovação
- 2.5 Criatividade, conhecimento e inovação
- 2.6 Design e inovação
- 2.7 Intermediários e inovação

3 – O Contexto da Inovação

- 3.1 Sistemas setoriais, regionais e nacionais de inovação
- 3.2 Ecossistemas de inovação
- 3.3 Sistemas de Financiamento e incentivo para a inovação
- 3.4 Gestão da inovação sustentável
- 3.5 Gestão da inovação social
- 3.6 Gestão da inovação tecnológica

4 – Estratégia, Gestão e Organização para a Inovação

- 4.1 Características da organizações inovadoras
- 4.2 Estratégias para inovação aberta
- 4.3 Estratégias colaborativas para inovação
- 4.4 Estratégia de Recursos Humanos para inovação
- 4.5 Estratégias de inovação em modelos de negócio
- 4.6 Gestão do desenvolvimento de novos produtos
- 4.7 Gestão de P&D
- 4.8 Gestão da Propriedade Intelectual
- 4.9 Gestão de inovação em Serviços

5 – Práticas e Casos de Gestão da Inovação

- 5.1 Estudo de casos de gestão da inovação
- 5.2 Vivência prática de gestão da inovação

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DOGDGSON, M.; GANN, D. M.; PHILLIPS, N. **The oxford handbook of innovation management**. Oxford: Oxford University Press, 2015.

FAGERBERG, J.; MOWERY, D.C.; NELSON, R. R. **Oxford handbook of innovation**. Oxford: Oxford University Press, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARCZAK, G.; KAHN, K. Identifying new product development best practice.

Business Horizons, [s. l.], v. 55, p. 293-305, 2012.

BASU, R. R.; BANERJEE, P. M.; SWEENEY, E. G. Frugal innovation: core competencies to address global sustainability. **Journal of Management for Global Sustainability**, [s. l.], n. 2, p. 63-82, 2013.

CHESBROUGH, Henry. The era of open innovation. **MIT Sloan Management Review**, [s. l.], v. 44, n. 3, p. 33-41, 2003.

CHESBROUGH, Henry. Why companies should have open business models. **MIT Sloan Management Review**, [s. l.], v. 48, 2007.

COOPER, R. Perspective: the stage-gates idea-to-launch process - update, what's new, and nexgen systems. **The Journal of product innovation management**, [s. l.], v. 25, p. 213-232, 2008.

DODGSON, M.; GANN, G.; SALTER, A. The role of technology in the shift towards open innovation: the case of Procter & Gamble. **R&D Management**, [s. l.], v. 36, n. 3, 2006.

NONAKA, I. *et al.* Dynamic fractal organizations for promoting knowledge-based transformation: a new paradigm for organizational theory. **European Management Journal**, [s. l.], v. 32, n. 1, Jan. 2013.

VON HIPPEL, E.; OGAWA, S.; DE JONG, J. The age of the consumer-innovator. **MIT Sloan Management Review**, [s. l.], fall 2011.

ZESCHKY, M. B.; WINTERHALTER, S.; GASSMANN, O. From cost to frugal and reverse innovation: mapping the field and implications for global competitiveness. **Research Technology Management**, [s. l.], v. 57, n. 4, 2014.

ZESCHKY, M.; WIDENMAYER, B.; GASSMANN, O. Frugal innovation in emerging markets. **Research-Technology Management**, [s. l.], v. 54, n. 4, p. 38-45, 2011.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: **Estatística Aplicada**

Nível: Mestrado e Doutorado

Período: 2020/ 1

Carga horária: 45h - Créditos: 3

Área temática: Administração / Ciências Contábeis / Design / Economia / Engenharia de Produção

Código da disciplina: Mestrado: 115379 e Doutorado: 115503

Professor: Wagner Junior Ladeira

EMENTA

Introdução a Pesquisa Quantitativa. Estatística Descritiva. Noções de Probabilidade. Amostragem. Estatística inferencial. Testes de hipóteses.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Métodos de Pesquisa Quantitativa
2. Introdução à estatística
3. Análise Exploratória de dados
4. Introdução à probabilidade
5. Variáveis Aleatórias discretas e contínuas
6. Principais distribuições de probabilidade discretas e contínuas
7. Inferência Estatística
8. Testes de Hipóteses

AVALIAÇÃO

A avaliação consiste na realização de atividades em sala de aula (30%) e uma prova (70%).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

STEVENSON, W. **Estatística aplicada a administração**. São Paulo: Editora Harbra, 1981.

TRIOLA, M. F. **Introdução à estatística**. 12. ed. Rio de Janeiro: LTC,1998.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: **Metodologia do Ensino Superior**

Nível: Mestrado e Doutorado

Semestre: 2020/1

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: Mestrado: 90403 e Doutorado: 115443

Professor: Profa. Dra. Amarolinda Zanela Klein / Cristiano Costa

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 (por exemplo: estudos de caso, projetos de ensino e aprendizagem, gamificação).
6. TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) para suporte aos processos de ensino e de aprendizagem.
- 7. Avaliação dos processos de ensino e de aprendizagem.**

AVALIAÇÃO

Participação efetiva nas aulas e entrega pontual das atividades práticas.

Respostas a questionários (quizz) instantâneos (uso do software Socrative).

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 ensinagem na universidade: pressupostos para as estratégias de trabalho em aula**. 5. ed. Joinville: Ed. UNIVILLE, 2005.

BATES, T. **Teaching in a digital age**. [S. l.]: 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.

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

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

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

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

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

COLOMBO, A.; BEBEL, N. A Metodologia da problematização com o arco de Maguerez e sua relação com os saberes de professores. **Semina: Ciências Sociais e Humanas**, [s. l.], v. 28, n. 2, p. 121-146, 2007.

FARDO, M. L. A gamificação aplicada em ambientes de aprendizagem. **RENOTE**, [s. l.], v. 11, n. 1, p. 1-20, 2013.

FERRAZ, A. P. C. M.; BELHOT, R. V. Taxonomia de Bloom: revisão teórica e apresentação das adequações do instrumento para definição de objetivos instrucionais. **Gestão da Produção**, [s. l.], v. 17, n. 2, p. 421-431, 2010.

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.

NASCIMENTO, L. F.; CZYKIEL, R.; FIGUEIRÓ, P. S. Presencial ou a distância: amodalidade de ensino influencia na aprendizagem? **Administração: Ensino e Pesquisa**, [s. l.], v. 14, n. 2, p. 311-341, 2013.

NASSIF, V. M. J.; DO AMARAL, D. J.; PRANDO, R. A. A universidade desenvolve competências empreendedoras? Um mapeamento das práticas de ensino numa universidade brasileira. **Administração: Ensino e Pesquisa**, [s. l.], v. 13, n. 3, p. 597-628, 2012.

NUNES, S. S. O discurso e a prática da formação baseada em competências: um estudo em cursos de graduação em administração. **Administração: Ensino e Pesquisa**, [s. l.], v.1, n. 3, p. 395-424, 2010.

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. Mídia social em contexto de hibridismo e multimodalidade: percurso da experiência na formação de mestres e doutores. **Revista Diálogo Educacional**, [s. l.], v. 15, n. 45, p. 399-421, 2015.

VALENTE, José Armando. Blended learning e as mudanças no ensino superior: a proposta da sala de aula invertida. **Educar em Revista**, [s. l.], n. 4, p. 79-97, 2014.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: **Métodos de Pesquisa I**

Nível: Mestrado e Doutorado

Ano/Semestre: 2020/1

Carga horária total: 45h/a

Créditos: 03

Código da disciplina: Mestrado: 115378 e Doutorado: 115457

Professores: Prof. Dr. Fernando Santini

EMENTA

A disciplina aborda os aspectos metodológicos e questões relacionadas à produção e à comunicação de conhecimentos científicos; introdução à estrutura de um projeto científico; introdução aos principais métodos e técnicas de pesquisa (survey; experimento; pesquisa de arquivo; elaboração e validação de instrumentos de pesquisa; técnicas de coleta de dados; questionário; entrevista; estratégias de análise de dados).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

O curso está dividido dois momentos. Nos primeiros encontros serão tratados aspectos teóricos da metodologia científica em formato de aulas expositivas, acompanhados de atividade. Os principais tópicos abordados serão: conhecimento, ciência e suas divisões; a concepção de método; métodos científicos e os métodos específicos das ciências sociais aplicadas; fontes de teoria e literatura; desenvolvimento hipótese, validação e verificação; mapas conceituais e relações causais; estrutura de um projeto científico. Em um segundo momento o curso intercala aulas expositivas, apresentações de artigos e discussões sobre métodos e técnicas científicas específicos, com destaque para: *survey*; experimento; pesquisa de arquivo; elaboração e validação de instrumentos de pesquisa; técnicas de coleta de dados; questionário; entrevista; estratégias de análise de dados.

AVALIAÇÃO

Os alunos serão avaliados por meio de duas provas, uma ao final de cada momento. O resultado final será a média das duas avaliações.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BURREL, K.; MORGAN, G. **Sociological paradigms and organizational analysis**. London: Heinemann, 1979.

CAUCHICK, P.; MORABITO, R.; PUREZA, V. **Metodologia de pesquisa em engenharia de produção e gestão de operações**. São Paulo: Campus, 2010.

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

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.

EASTERBY-SMITH, M.; THORPE, R.; JACKSON, P. **Management research**. 4th ed. London: SAGE Publications, 2012.

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

RYAN, B.; SCAPENS, R.; THEOBALD, M. **Research method and methodology in finance and accounting**. South-Western: CENGAGE Learning, 2002.

SMITH, Malcolm. **Research methods in accounting**. 2nd ed. London: SAGE Publications, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHAPMAN, C.; HOPWOOD, A.; SHIELDS, M. **Handbook of management accounting research**. Amsterdam: Elsevier, 2007. v. 1.

COOPER, D.; SCHINDLER, P. **Métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DAVIS, J. **The logic of causal order**. Thousand Oaks: Sage, 1985.

HAIR JR., J. *et al.* **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. p. 211-235.

MORGAN, S.; WINSHIP, C. **Counterfactuals and causal inference**: methods and principles for social research. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

VAN DE VEN, A. **Engaged scholarship**: a guide for organizational and social research. Oxford: Oxford University Press, 2007.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: **Relações Interorganizacionais**

Nível Mestrado e Doutorado

Ano/Semestre: 2020/1

Carga horária total: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: Mestrado: 115498 e Doutorado: 94593

Professor: Dr. Douglas Wegner

EMENTA

A disciplina trata dos seguintes tópicos: O ambiente competitivo global e as estratégias interorganizacionais; Fundamentos da cooperação; Visão geral de relações interorganizacionais; Perspectivas teóricas que explicam a formação, evolução e resultados de redes e relações interorganizacionais; Manifestações de relações interorganizacionais: conceitos e tipologias; Tópicos-chave em relações interorganizacionais: confiança, capital social, poder, aprendizagem, dinâmica da cooperação, gestão e avaliação de resultados.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Contextualização do ambiente competitivo e sua influência para a formação de relações interorganizacionais e arranjos colaborativos
 - 1.1 Mudanças sociais, econômicas, tecnológicas e políticas
 - 1.2 Transição da empresa verticalmente integrada para a empresa em rede
2. A vantagem competitiva das firmas interconectadas e os mecanismos das redes para a geração e apropriação de valor
3. Manifestações de relações interorganizacionais
 - 3.1 Cadeias de suprimentos e redes de fornecimento
 - 3.2 Distritos industriais e clusters
 - 3.3 Redes de empresas e empresas em rede
 - 3.4 Alianças estratégicas
4. Abordagens teóricas para analisar a formação, evolução e resultados das relações

interorganizacionais

4.1 Abordagens econômicas

4.2 Abordagens sociais

4.3 Abordagens institucionais

4.4 Abordagens estratégicas

5. Elementos constituintes das relações interorganizacionais e fatores contextuais

5.1 O papel do poder e da confiança

5.2 Capital social como antecedente e resultado das relações interorganizacionais

5.3 Aprendizagem interorganizacional e aprendizagem em rede

6. Dinâmica, temporalidade e avaliação das relações interorganizacionais

6.1 Análise processual das relações interorganizacionais

6.2 Ciclo de vida das redes de empresas

6.3 Avaliação de resultados em relações interorganizacionais

AVALIAÇÃO DA DISCIPLINA

- Apresentações de temas em aula e participação nas discussões (25% da nota). Em grupos, os alunos serão responsáveis por destacar os temas centrais dos artigos, estimular a discussão e acrescentar outros textos que sejam relevantes.
- Crítica dos textos (25% da nota). Para cada aula o aluno deverá fazer uma apreciação crítica dos textos, destacando a) ideias principais de cada texto; b) pontos fortes e fracos de cada texto; c) pontos em comum e/ou divergentes entre os textos apresentados.
- Elaboração de um artigo teórico-empírico (em duplas), nas normas do EnAnpad (50% da nota). O artigo deve estar relacionado a alguma temática da disciplina e apresentar um caso empírico de relações interorganizacionais. A entrega será no final da disciplina, em data a ser definida.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, Jorge. **Redes de cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

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.

CROPPER, Steve *et al.* **The oxford handbook of inter-organizational relations**. New York: Oxford Press, 2008.

DYER, Jeffrey; NOBEOKA, Kentaro. Creating and managing a high-performance knowledge-sharing network: the Toyota case. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 21, n. 3, p. 45-367, 2000.

DYER, Jeffrey; SINGH, Harbir. The relational view: cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 23, n. 4, p. 660-679, 1998.

GULATI, Ranjay. Alliances and networks. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 19, n. 4, p. 293-317, 1998.

JARILLO, J. Carlos. On strategic networks. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 9, n. 1, p. 31-41, 1988.

LAVIE, Dovev. The competitive advantage of interconnected firms: an extension of the resource-based view. **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 31, n. 3, p. 638-658, 2006.

NAHAPIET, Janine; GHOSHAL, Sumantra. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 23, n. 2, p. 242-266, 1998.

WOOLTHUIS, Rosalinde Klein; HILLEBRAND, Bas; NOOTEBOOM, Bart. Trust, contract and relationship development. **Organization Studies**, [s. l.], v. 26, n. 6, p. 813-840, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AHUJA, G.; SODA, G.; ZAHEER, A. The genesis and dynamics of organizational networks. **Organization Science**, [s. l.], v.23, n. 2, p. 434-448, 2012.

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.

BIZZI, Lorenzo; LANGLEY, Ann. Studying processes in and around networks. **Industrial Marketing Management**, [s. l.], v. 41, n. 2, p. 224-234, 2012.

FACCIN, Kadigia; BALESTRIN, Alsones; BORTOLASO, Ingridi. The joint R&D project: the case of the first brazilian microcontroller chip. **Revista de Administração**, [s. l.], v. 51, n. 1, p. 87-102, 2016.

GULATI, Ranjay; LAVIE, Dovev; MADHAVAN, Ravindranath. How do networks matter? the performance effects of interorganizational networks. **Research in Organizational Behavior**, [s. l.], v. 31, p. 207-224, 2011.

NIESTEN, Eva; JOLINK, Albert. The impact of alliance management capabilities on alliance attributes and performance: a literature review. **International Journal of Management Reviews**, [s. l.], v. 17, n. 1, p. 69-100, 2015.

RITTER, Thomas; GEMÜNDEN, Hans Georg. Network competence: its impact on innovation success and its antecedents. **Journal of Business Research**, [s. l.], v. 56, n. 9, p. 745-755, 2003.

SCHREINER, Melanie; KALE, Prashant; CORSTEN, Daniel. What really is alliance management capability and how does it impact alliance outcomes and success?. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 30, n. 13, p. 1395-1419, 2009.

SEPPÄNEN, Risto; BLOMQVIST, Kirsimarja; SUNDQVIST, Sanna. Measuring interorganizational trust-a critical review of the empirical research in 1990-2003. **Industrial Marketing Management**, [s. l.], v. 36, n. 2, p. 249-265, 2007.

VAROUTSA, E.; SCAPENS, R. W. The governance of inter-organisational relationships during different supply chain maturity phases. **Industrial Marketing Management**, [s. l.], v. 46, p. 68-82, 2015.

WEGNER, Douglas. Aprendizagem interorganizacional: um estudo das redes horizontais de pequenas empresas. *In*: ANTONELLO, Claudia Simone; GODOY, Arilda Schmidt (org.). **Aprendizagem organizacional no Brasil**. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 537-564.

WEGNER, Douglas; ALIEVI, Rejane Maria; BEGNIS, Heron Sérgio Moreira. The life cycle of small-firm networks: an evaluation of Brazilian business networks. **BAR Brazilian Administration Review**, [s. l.], v. 12, n. 1, p. 39-62, 2015.

WEGNER, Douglas; KOETZ, Clara Isabel; WILK, Eduardo de Oliveira. Social capital in brazilian small-firm networks: the influence on business performance. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, [s. l.], v. 20, n. 4, p. 446-461, 2013.

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.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: **Teoria das Organizações**

Nível: Mestrado e Doutorado

Semestre: 2020/1

Carga horária total: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: Mestrado: 115499 e Doutorado 115514

Professora: Yeda Swirski de Souza

EMENTA

O propósito dessa disciplina é promover conhecimento e análise crítica sobre teorias das organizações em diferentes abordagens e desenvolvimentos. Procura analisar, por diferentes perspectivas, as teorias, os conceitos e os modelos que constituem o estado da arte nesse campo do conhecimento. Pretende contribuir para o desenvolvimento da capacidade de interpretação e análise crítica de práticas, políticas e estratégias de gestão.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

A teoria das organizações constitui-se em campo interdisciplinar com influência de diferentes disciplinas como a economia, a sociologia, a antropologia e a ciência política. A disciplina aborda as vertentes da teoria das organizações cuja influência está conectada a esses domínios. São abordados aspectos referentes às dimensões econômicas, institucionais e culturais das organizações em seus processos intra e inter-organizacionais. A contribuição dos estudos organizacionais no Brasil é abordada no contexto de cada subtema.

OBJETIVOS

- Promover conhecimento sobre teorias das organizações em diferentes abordagens e desenvolvimentos;
- Desenvolver capacidade analítica das teorias, dos conceitos e dos modelos que constituem o estado da arte nesse campo do conhecimento;

- Oportunizar desenvolvimento da capacidade de análise crítica de práticas, políticas e estratégias de gestão.

METODOLOGIA

Esta disciplina está organizada na modalidade de seminário, prevendo leitura prévia e discussão de textos, exposições dialogadas, estudos de caso.

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina baseia-se nas seguintes atividades:

- **Participação:** Para que cada encontro seja exitoso torna-se necessária a cooperação e a vontade de cada um de proativamente participar e contribuir para o entendimento do tópico em discussão. A leitura prévia dos textos indicados é imprescindível.
- **Resenhas e Apresentações:** Com o propósito de qualificar a leitura e preparação para o seminário, a disciplina prevê que cada participante fará entre 1 e 3 apresentações e preparará uma resenha para cada um dos tópicos a serem estudados.
- **Trabalho final:** O trabalho final da disciplina será um artigo relacionado a um dos tópicos abordados ao longo da disciplina. O trabalho deve ser apresentado atendendo requisitos de normas técnicas para trabalhos acadêmicos. O projeto de trabalho final deverá ser apresentado por escrito em uma página antes do último encontro da disciplina.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. **Handbook de estudos organizacionais: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2001.

FREEMAN, J.; HANNAN, M. Ecologia populacional das organizações. **Revista de Administração de Empresa**, São Paulo, v. 45, n. 3, p. 70-90, 2005.

GIDDENS, Anthony. **A constituição da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2013.

MORGAN, G. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1999.

THOMPSON, J. D. **Organizations in action**. New York: McGraw-Hill, 1967.

TSOUKAS, H.; KNUDSEN, C. **The oxford handbook of organizational theory**. Oxford: [s. n.], 2013.

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

WILLIAMSON, O. The economics of organizations: the transaction cost approach. **American Journal of Sociology**, [s. l.], v. 87, n. 3, p. 548-577, 1981.

ZIETSMA, C.; LAWRENCE, T. B. Institutional work in the transformation of an organizational field: the interplay of boundary work and practice work. **Administrative Science Quarterly**, [s. l.], n. 55, p. 189-221, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CYERT, R. M.; MARCH, J. G. **A behavioral theory of the firm**. 2nd ed. Cambridge: Blackwell, 1992.

DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. A gaiola de ferro revisitada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. **Revista de Administração de Empresa**, São Paulo, v. 45, n. 2, p. 74-89, 2005.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, [s. l.], n. 91, p. 481-510, 1985.

LAWRENCE, P.; LORSCH, J. Differentiation and integration in complex organizations. **Administrative Science Quarterly**, [s. l.], v. 12, p. 1-47, 1967.

LUSTOSA, F. Brasil: 200 anos de Estado: 200 anos de administração pública: 200 anos de reformas. **Revista de Administração Pública**, [s. l.], v. 42, n. 5, p. 829-874, 2008.

MEYER, J. W.; ROWAN, B. Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. **American Journal of Sociology**, Chicago, v. 82, n. 2, p. 340-363, 1977.

PERROW, C. **Complex organizations: a critical essay**. 3rd ed. New York: Random House, 1986.

SCOTT, R. W. **Institutional environments and organizations**: structural complexity and individualism. London: Sage, 1994.

WEICK, K. E. **The social psychology of organizing**. Reading: Addison-Wesley, 1979.

ZUCKER, L. G. Institutional theories of organization. **Annual Review of Sociology**, [s. l.], v. 13, p. 446-464, 1987.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: TEA: Empreendedorismo e Crescimento de Pequenos e Médios Negócios

Ano/Semestre: 2020/1

Carga horária total: 15H Carga horária teórica: Carga horária prática:

Créditos: 01

Código da disciplina: Doutorado: 115515_T11 Mestrado: 115500_T12

Professor: DIEGO A. B. MARCONATTO

EMENTA

Na disciplina que antecede à presente, trabalhamos conceitos centrais e estudos de caráter genérico relacionados à criação, sobrevivência e escalonamento de empresas. Este novo tópico especial trata de pontos mais específicos relacionados ao empreendedorismo e ao crescimento dos negócios de pequeno e médio porte. Analisaremos tipos específicos de negócio (ex.: negócios de rápido crescimento) e também entenderemos com maior profundidade como fatores reconhecidamente importantes para o crescimento organizacional afetam a escalabilidade empresarial.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Revisão sobre o crescimento de negócios
2. Negócios de rápido crescimento
3. Tipos de crescimento
4. Crescimento de negócios na prática

OBJETIVOS

Aprofundar a compreensão da natureza empírico-teórica dos fatores subjacentes e explícitos que sustentam a criação e o crescimento de pequenos e médios negócios.

METODOLOGIA

A disciplina será trabalhada em aulas expositivas e em formato de seminário. Eventualmente, poderá haver visitas externas e palestras com empresários.

AVALIAÇÃO

A avaliação é feita do seguinte modo:

04 questões no Moodle	30% da nota total
01 Apresentação em Grupo	30% da nota total
Trabalho final (individual)	40% da nota total

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AYYAGARI, M.; BECK, T.; DEMIRGUC-KUNT, A. Small and medium enterprises across the globe. **Small Business Economics**, [s. l.], v. 29, n. 4, p. 415-434. 2007.

Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9002-5>. Acesso em: 11 dez. 2019.

BAHADIR, S. C.; BHARADWAJ, S.; PARZEN, M. A meta-analysis of the determinants of organic sales growth. **International Journal of Research in Marketing**, [s. l.], v. 26, n. 4, p. 263-275, 2009. Disponível em:

<https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2009.06.003>. Acesso em: 10 dez. 2019.

BARBERO, J. L.; CASILLAS, J. C.; FELDMAN, H. D. Managerial capabilities and paths to growth as determinants of high-growth small and medium-sized enterprises.

International Small Business Journal, [s. l.], v. 29, n. 6, p. 671-694, 2011.

BRENNER, T.; SCHIMKE, A. Brenner and Schimke. **Journal of Small Business Management**, [s. l.], n. 53, p. 539-557, 2015. Disponível em: [doi:10.1111/jsbm.12081](https://doi.org/10.1111/jsbm.12081).

Acesso em: 11 dez. 2019.

BROWN, R., MAWSON, S.; MASON, C. Myth-busting and entrepreneurship policy: the case of high growth firms. **Entrepreneurship and Regional Development**, [s. l.], v. 29, n. 5-6, p. 414-443, 2017.

DAVIDSSON, P.; WILKUND, J. Conceptual and empirical challenges in the study of firm growth. **Handbook of Entrepreneurship**, [s. l.], p. 26-44, Mar. 2000.

DEMIR, R.; WENBERG, K.; MCKELVIE, A. The strategic management of high-growth firms: a review and theoretical conceptualization. **Long Range Planning**, [s. l.], v. 50, n. 4, p. 431-456, 2017.

DOBBS, M.; HAMILTON, R. T. Small business growth: recent evidence and new directions. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, [s. l.], v. 13, n. 5, p. 296-322, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/13552550710780885>. Acesso em: 11 dez. 2019.

DWYER, B.; KOTEY, B. Identifying high growth firms: where are we? **Journal of Management & Organization**, [s. l.], v. 22, n. 4, 457-475, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1017/jmo.2015.51>. Acesso em: 11 dez. 2019.

GIELNIK, M. M.; ZACHER, H.; SCHMITT, A. How small business managers' age and focus on opportunities affect business growth: a mediated moderation growth model. **Journal of Small Business Management**, [s. l.], v. 55, n. 3, p. 460-483, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/jsbm.12253>. Acesso em: 10 dez. 2019.

GOEDHUYS, M.; SLEUWAEGEN, L. High-growth versus declining firms: the differential impact of human capital and R&D. **Applied Economics Letters**, [s. l.], v. 23, n. 5, 369-372, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13504851.2015.1076139>. Acesso em: 11 dez. 2019.

LEE, S. The relationship between growth and profit: evidence from firm-level panel data. **Structural Change and Economic Dynamics**, [s. l.], n. 28, p. 1-11, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.strueco.2013.08.002>. Acesso em: 11 dez. 2019.

MACHADO, H. P. V. Crescimento de pequenas empresas: revisão de literatura e perspectivas de estudos. **Gestão & Produção**, [s. l.], v. 23, n. 2, p. 419-432, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0104-530x1759-14>. Acesso em: 10 dez. 2019.

MAZZUCATO, M.; PARRIS, S. High-growth firms in changing competitive environments: the US pharmaceutical industry (1963 to 2002). **Small Business Economics**, [s. l.], v. 44, n. 1, p. 145-170, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9583-3>. Acesso em: 11 dez. 2019.

MEGARAVALLI, A. V.; SAMPAGNARO, G. Predicting the growth of high-growth SMEs: evidence from family business firms. **Journal of Family Business Management**, [s. l.], v. 9, n. 1, p. 98-109, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/JFBM-09-2017-0029>. Acesso em: 10 dez. 2019.

MCKELVIE, A.; WIKLUND, J. Advancing firm growth research: a focus on growth mode instead of growth rate. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, [s. l.], v. 34, n. 2, p. 261-288, 2010.

PICKEN, J. C.; DELL, M. From founder to CEO: an entrepreneur's roadmap. **Business Horizons**, [s. l.], v. 60, n. 1, p. 7-14, 2016.

SADLER-SMITH, E.; HAMPSON, Y.; CHASTON, I.; BADGER, B.; Managerial behavior entrepreneurial style, and small firm performance. **Journal of Small Business Management**, [s. l.], n. 41, p. 47-67, 2003. Disponível em: [doi:10.1111/1540-627X.00066](https://doi.org/10.1111/1540-627X.00066). Acesso em: 11 dez. 2019.

UPTON, N.; TEAL, E. J.; FELAN, J. T. Strategic and business planning practices of fast growth family firms. **Journal of Small Business Management**, [s. l.], v. 39, p. 60-72, 2001. Disponível em: [doi:10.1111/0447-2778.00006](https://doi.org/10.1111/0447-2778.00006). Acesso em: 10 dez. 2019.

WIKLUND, J.; PATZELT, H.; SHEPHERD, D. A. Building an integrative model of small business growth. **Small Business Economics**, [s. l.], v. 32, n. 4, p. 351-374, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11187-007-9084-8>. Acesso em: 11 dez. 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COLOMBO, M. G.; GRILLI, L. On growth drivers of high-tech start-ups: exploring the role of founders' human capital and venture capital. **Journal of Business Venturing**, [s. l.], v. 25, n. 6, p. 610-626, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/J.JBUSVENT.2009.01.005>. Acesso em: 10 dez. 2019.

SZCZYGIELSKI, Krzysztof; GRABOWSKI, Wojciech; WOODWARD, Richard. Innovation and the growth of service companies: the variety of firm activities and

industry effects. **Industry and Innovation**, [s. l.], v. 24, n. 3, p. 249-262, 2017.

Disponível em: doi:10.1080/13662716.2016.1232191. Acesso em: 11 dez. 2019.

SARIDAKIS, G.; LAI, Y.; MOHAMMED, A.-M.; HANSEN, J. M. Industry characteristics, stages of e-commerce communications, and entrepreneurs and SMEs revenue growth. **Technological Forecasting and Social Change**, [s. l.], v. 128, p. 56-66, Mar. 2018. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2017.10.017> Acesso em: 10 dez. 2019.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: TEA III: **Tópicos Publishing Academic Research**

Nível Mestrado e Doutorado

Ano/Semestre: 2020/1

Carga horária total: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: 123739_T02

Professor: Dr. Iuri Gavrosnki

Área temática: Internacionalização da Pesquisa

Requisitos de matrícula:

- 1 - this is an English-only course. Students must be fluent.
- 2 - O aluno precisa ter um material para a produção de artigo científico, pois o objetivo é o de que ao término da atividade eles tenham condições de já submeter o artigo a uma revista da área.

SUMMARY

The course provides access to the process and content of the papers expected in academic journals. Contents include: publish or perish? Quantity vs. quality in academic research. What is originality, relevance, and contribution. How to measure impact. Impact and recognition. How do you increase impact? Planning the paper ahead. The role of international partnerships in publication. The choice of the target journal. What are the journals relevant to your field? The editorial process. Enticing the editors, the reviewers, and the readers. Fit to the journal. Crafting a compelling introduction. Grounding hypotheses. What should you write in the methods section? How to write the results section. Discussing the results, making contributions, and providing research propositions. Academic misconduct. Interacting with the editors and the reviewers. Publicizing your research (without breaking intellectual property rights). How reviewing papers can make you a better author.

MAIN REFERENCES

Harvey, M. **The nuts & bolts of college writing**. Indianapolis, IN: Hackett Pub. Co., 2003.

ROGELBERG, S. G.; ADELMAN, M.; ASKAY, D. Crafting a successful manuscript: lessons from 131 reviews. **Journal of Business and Psychology**, [s. l.], v. 24, n. 2, p. 117-121, 2009. Disponível em: doi:10.1007/s10869-009-9116-2. Acesso em: 11 dez. 2019.

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, 2010.

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

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

ADDITIONAL REFERENCES

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, 2011. Disponível em: doi:10.5465/amj.2011.61965960. Acesso em: 10 dez. 2019.

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, 2011. Disponível em: doi:10.5465/amj.2011.64869103. Acesso em: 11 dez. 2019.

GRANT, A. M.; POLLOCK, T. G. Publishing in AMJ-part 3: setting the hook. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 54, n. 5, p. 873-879, 2011. Disponível em: doi:10.5465/amj.2011.4000. Acesso em: 11 dez. 2019.

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, 2011. Disponível em: doi:10.5465/amj.2011.4001. Acesso em: 10 dez. 2019.

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, 2012. Disponível em: doi:10.5465/amj.2012.4001. Acesso em: 11 dez. 2019.

GELETKANYCZ, M.; TEPPER, B. J. Publishing in AMJ-part 6: discussing the implications. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 55, n. 2, p. 256-260, 2012. Disponível em: doi:10.5465/amj.2012.4002. Acesso em 10 dez. 2019.

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, 2012. Disponível em: doi:10.5465/amj.2012.4003. Acesso em: 11 dez. 2019.

LINTON, J. D. Academic dishonesty primer: how to avoid it-advice for authors. **Technovation**, [s. l.], v. 34, n. 1, p. 1-2, 2014. Disponível em: doi:10.1016/j.technovation.2013.11.002. Acesso em: 10 dez. 2019.

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, 2013. Disponível em: doi:10.5465/amj.2013.4003. Acesso em: 10 dez. 2019.

LOCKE, K.; GOLDEN-BIDDLE, K. Constructing opportunities for contribution: Structuring intertextual coherence and “problematizing” in organizational studies. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 40, n. 5, p. 1023-1062, 1997. Disponível em: doi:10.2307/256926. Acesso em: 10 dez. 2019.

LADIK, D. M.; STEWART, D. W. The contribution continuum. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [s. l.], v. 36, n. 2, p. 157-165, 2008. Disponível em: doi:10.1007/s11747-008-0087-z. Acesso em: 11 dez. 2018.

COLQUITT, J. A. Data overlap policies at AMJ. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 56, n. 2, p. 331-333, 2013. Disponível em: doi:10.5465/amj.2013.4002. Acesso em: 10 dez. 2019.

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. Disponível em: doi:10.1177/1052562913517209 Acesso em: 10 dez. 2019.

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, 2013. Acesso em: 10 dez. 2019.

SHAW, J. D. From the editors: responding to reviewers. **Academy Of Management Journal**, [s. l.], v. 55, n. 6, p. 1261-1263, 2012. Disponível em: doi:10.5465/amj.2012.4006. Acesso em: 11 dez. 2019.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: Mestrado Doutorado

Course: Tópicos Especiais em Administração I: TEA I: Public Entrepreneurship

Semestre: 2020/1

Carga horária: 1

Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 123737_T03

Professores: Christopher Hayter (Arizona State University) and Kadígia Faccin

EMENTA

The course is structured as a three week, team-oriented intensive/hybrid workshop. This is NOT a lecture course but is instead a project-based course meant to develop practical social innovations.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Lean Start-Up
- Business Model Canvas
- Public Entrepreneurship
- Social Innovation
- Policy Impacts

OBJETIVOS

The purpose of this course is to:

1. Understand public entrepreneurship and the business model canvas applied to the development of social innovation: *unique* solutions to public/social challenges.
2. Create a practical social innovation (hypothesis) that can be applied within the local or state context and test the viability of the idea among local stakeholders; what is the idea, what is its value, and for whom?
3. Encourage independent inquiry and creativity within the context of team-oriented projects.

4. Hone the capability to effectively communicate project findings in a professional, efficient manner.

METODOLOGIA

Class Participation: Important to a team-oriented workshop is your preparation and participation both in and outside of class. Class participation accounts for **25 percent** of your grade. We will discuss specific expectations during the first class but they include the following elements: (1) your level and quality of preparation for class, interviews, and other meetings, (2) general attitude, (3) respect and constructive demeanor toward your classmates and interviewees.

Student Teams: Students will be grouped into teams of **three or four** individuals; team assignments will be made during the first class. Team members will be expected to be responsive and communicate frequently with each other. Further, teams will meet with me in-person or virtually (outside of class) at least once during the coursesemester.

Team Peer Reviews: At the end of the course, team members will be asked to complete a simple peer evaluation form for each member of their based on the following criteria:

- (1) responsiveness to communication,
- (2) availability to complete tasks,
- (3) degree of contribution (i.e. met work expectations or not), and
- (4) work quality.

Team peer reviews account for **25 percent** of your individual grade.

Class Deliverables: Deliverables will take the form of PowerPoint slides, though some supplementary materials will be required. The final presentation will provide a go/no go recommendation based on your work during the semester (see Knowles-Morrison et al. for an explanation of these terms). Teams will brief the class on their progress. We will discuss the format of final and intermediate deliverables in detail (also see the deliverable guide).

Expert Interviews: Each team member will initiate and lead **no fewer than six expert interviews** in support of your project; a team of three individuals will therefore

complete a minimum of 18 total interviews. Your interviewee list, invite email, and interview protocol template should be approved in advance. This will take no longer than 24 hours. You are encouraged to stay in touch with interviewees to provide additional feedback as your social innovation evolves.

Each interview should include two individuals, including a lead and a note taker, or interviews may be recorded. Interviewee contact information (name, email, phone number, date of interview) should be part of your final project report. You will want to attempt to schedule more than the minimum number of interviews because some of your appointments will inevitably be postponed or canceled.

Attendance: Given the short duration of this course, you are expected to attend all classes. Attendance will be factored into your class participation grade.

AVALIAÇÃO

Grading Guide:

20% Class participation

25% Student Team Peer Feedback

15% Project Briefings and Practice Presentation (3 @ 5 percent each)

40% Final Project Results/Presentation

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

1. Blank (2013) Article from *Harvard Business Review*: Why the Lean Startup Changes Everything. This article will provide a written companion to the videos below, introducing the Lean Startup Concept.

2. The Lean LaunchPad Approach. Below is a link to a series of videos that provides context for why entrepreneurs (including public and social entrepreneurs) should not simply start with a business plan. There are 11 separate videos in the playlist, but they are very short and it will only take about 20 minutes to watch them all:

<http://bit.ly/1vmsicorps>.

3. Overview of the Business Model Canvas (BMC). This video will introduce you to the Business Model Canvas (BMC), a critical element of the Lean LaunchPad approach. While we will use a modified version of the BMC (see Figure 2 of Knowles-Morrison et al. 2018), this will provide some background for the origins of the BMC (it is only 2.5 minutes in length): <http://bit.ly/vmsbmc>.

4. Knowles-Morrison et al. (2018) paper: “Moving from Policy Ideas to Policy Impacts.” Posted to canvas, this manuscript provides a template for using the BMC to create and test social innovations within the public policy context. Please pay special attention to Figure 2 (BMC) and Table 1.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

Course Schedule:

Class	Date	Topics	Assignments (Due in class)
1	Mar. 10	<ul style="list-style-type: none"> • Class Introduction • Team Formation • Discuss social innovation 	<ul style="list-style-type: none"> • Carefully Read syllabus and review materials
2	Mar. 12	<ul style="list-style-type: none"> • Public Entrepreneurship • Lean LaunchPad and BMC 	<ul style="list-style-type: none"> • Complete <i>all</i> videos and readings • Meet as a team before class to discuss • Be prepared to discuss your initial problem and related social innovation • Prepare your interview invitation, protocol, and list of individuals (Should be approved no later than Friday, March 13)
3	Mar. 16	<ul style="list-style-type: none"> • Finalize social innovations • Initial background research 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentation (#1) of problem background and social innovation (value proposition) • Discuss initial interviews

4	Mar. 19	<ul style="list-style-type: none"> • Discussion of progress 	<input type="checkbox"/> Presentation (#2) <input type="checkbox"/> Identification of remaining project interviewees
5	Mar. 24	<ul style="list-style-type: none"> • Update interviews, discussion projects 	<input type="checkbox"/> Presentation (#3): Summary of Interviews
6	Mar. 26	<ul style="list-style-type: none"> • Practice Presentation 	<ul style="list-style-type: none"> • Draft Presentation
7	Mar.Feb. 27	<ul style="list-style-type: none"> • Final Presentation and Feedback • Peer Reviews Due 	<ul style="list-style-type: none"> • Final presentation (#4) • Remaining project questions/issues

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: **Recursos e Capacidades**

Ano/Semestre: 2020/1

Carga horária total: 45h

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: Mestrado: 115497 Doutorado: 115513

Professor: Claudia Cristina Bitencourt

EMENTA

A disciplina aborda a gestão de recursos e capacidades enfatizando a visão processual e a importância da interação/mobilização na consolidação das capacidades dinâmicas. Apresenta a evolução do tema, os principais autores e abordagens e busca contextualizar a análise dos recursos e capacidades a partir da realidade brasileira e internacional, considerando-se aspectos relacionados à estratégia e especificidade das organizações.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Visão Baseada em Recursos: Discussão, críticas e agenda futura ..

Capacidades Dinâmicas: Introdução

Capacidades Dinâmicas: Textos clássicos

Capacidades Dinâmicas: Ideia de microfundamentos ..

Desenvolvimento de Capacidades Dinâmicas ..

Capacidades Dinâmicas: Ambientes dinâmicos

Capacidades dinâmicas gerenciais

Agilidade e rigidez

Discussão, críticas e agenda futura

Relação entre Recursos e Capacidades

OBJETIVOS

Compreender os conceitos centrais referente as teorias de Recursos e Capacidades Dinâmicas;

Conhecer os clássicos de ambas teorias;

Demonstrar visão crítica acerca dos conceitos e implicações das teorias RBV e Capacidades Dinâmicas;

Relacionar as teorias RBV e Capacidades Dinâmicas

METODOLOGIA

Seminário e discussão de artigo em aula;

Apreensão de trabalhos;

Produção de artigo científico

AVALIAÇÃO

Participação em aula

Apresentação de seminário e discussão de artigos

Produção de artigo científico

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AMBROSINI, V.; BOWMANN, C. What are dynamic capabilities and are they a useful construct in strategic management? **International Journal of Management Review**, [s. l.], v.11, n.1, p. 29-49, mar. 2009.

BARNEY, Jay B. Resource-based theories of competitive advantage: a ten-year retrospective on the resource-based view. **Journal of Management**, [s. l.], v. 27, n. 6, p. 643-8p, 2001.

EISENHARDT, Kathleen M.; MARTIN, Jeffrey A. Dynamic capabilities: what are they? **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 21, n. 10/11, p. 1105. Oct./Nov. 2000.

FOSS, N.; KNUDSEN, T. The resource-based tangle: towards a sustainable explanation of competitive advantage. **Managerial And Decision Economics**, England, v. 24, n. 4, p. 291-307, Jun. 2003.

HART, Stuart L.; DOWELL, Glen. Invited editorial: a natural-resource-based view of the firm: fifteen years after. **Journal of Management**, [s. l.], v. 37, n. 5, p. 1464-1479, Sept. 2011.

KRAAIJENBRINK, Jeroen; SPENDER, J. C.; GROEN, Aard J. The resource-based view: a review and assessment of its critiques. **Journal of Management**, [s. l.], v. 36, p. 349-372, Jan. 2010.

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

TEECE, D. J. Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 28, n. 13, p. 1319-1350, 2007.

VANDAIE, Ramin; ZAHEER, Akbar. Surviving bear hugs: firm capability, large partner alliances, and growth. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 35, n. 4, p. 566-577, p. 12-13, Apr. 2014.

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

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

HELFAT, C. E.; PETERAF, M. A. The dynamic resource-based view: capability lifecycles **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 24, n. 10, p. 997-1010, 2003.

LIN, H. F.; SU, J. Q.; HIGGINS, A. How dynamic capabilities affect adoption of management innovations. **Journal of Business Research**, [s. l.], v. 69, p. 862-876, 2016.

PETERAF, M.; DI STEFANO, G.; VERONA, G. The elephant in the room of dynamic capabilities: bringing two diverging conversations together. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 34, n. 12, p. 1389-1410, Dec. 2013.

SCHREYOGG, G.; KLIESCH-EBERL, M. How dynamic can organizational capabilities be? **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 28, n. 9, p. 913-933, Sept. 2007.

SHUEN, A.; FEILER, P.; TEECE, D. J. Dynamic capabilities in the upstream oil and gas sector: Managing next generation competition. **Energy Strategy Reviews**, [s. l.], v. 3, p. 5-13, Sept. 2014.

TEECE, D. J. Dynamic capabilities and entrepreneurial management in large organizations: toward a theory of the (entrepreneurial) firm. **European Economic Review**, [s. l.], v. 86, p. 202-216, Jul. 2016. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S001429211500183X>. Acesso em: 10 mar. 2016.

TEECE, David J. The foundations of enterprise performance: dynamic and ordinary capabilities in an (economic) theory of firms. **Academy of Management Perspectives**, [s. l.], v. 28, n. 4, p. 328-352, Nov. 2014.

TEECE, D. Dynamic capabilities: routines versus entrepreneurial action. **Journal of Management Studies**, [s. l.], v. 49, n. 8, Dec. 2012.

TEECE, D. Achieving integration of the business school curriculum using the dynamic capabilities framework. **Journal of Management Development**, [s. l.], v. 30, n. 5, p. 499-518, 2011.

TEECE, D.; PISANO, G. The dynamic capabilities of firms: an introduction. **Industrial and Corporate Change**, [s. l.], n. 3, p. 537-556, 1994.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Nível: Doutorado

Disciplina: Métodos Multivariados

Semestre: 2020/1

Carga horária: 45

Créditos: 03

Professor: Wagner Junior Ladeira / Fernando de Oliveira Santini

Área temática:

Código da disciplina: 115428

EMENTA

A disciplina se fundamenta na apresentação e discussão dos principais métodos estatísticos multivariados classificados como de interdependência e de dependência. Mais especificamente, são abordados: a) o processo de elaboração de escalas; b) análises de confiabilidade e validade de medidas; c) análise fatorial exploratória; d) análise fatorial confirmatória (Equações Estruturais). Prioriza-se a aplicabilidade desses métodos no campo das Ciências Sociais Aplicadas, especificamente, nas Ciências Administrativas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Apresentação da disciplina e conceitos básicos de análise multivariada
- Revisão: tipos de escalas de mensuração, validade, confiabilidade, questões de significância
- Análise fatorial exploratória – objetivos da AFE, seleção de variáveis, determinação de fatores, interpretação de fatores e validação da AFE.
- Análise de regressão linear bivariada
- Análise de regressão linear bivariada - pressupostos
- Análise de regressão linear multivariada – variáveis dummy
- Exercício final/prova

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COHEN, J.; COHEN, P.; WEST, S. G.; LEONA, S. A. **Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences**. 3. ed. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2003.

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

TABACHNICK, B. G.; FIDELL, L. S. **Using multivariate statistics**. 5. ed. Boston: Pearson, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ACHEN, Christopher H. **Interpreting and using regression**. Newbury Park: Sage, 1982.

ARMINGER, Gerhard; CLOGG, Clifford C.; SOBEL, Michael E. (ed.). **Handbook of statistical modeling for social and behavioral sciences**. New York: Plenum Press, 1995.

BRAVO, R. S. **Técnicas de investigación social**. 9. ed. Madrid : Paraninfo, 1994.

BRAY, James H.; MAXWELL, Scott E. **Multivariate analysis of variance**. Newbury Park: Sage, 1985.

BRUNI, Adriano L. **PASW aplicado a pesquisa acadêmica**. São Paulo: Atlas, 2011.

DUNTEMAN, George H. **Principal components analysis**. Newbury Park: Sage, 1989.

FINKEL, Steven E. **Causal analysis with panel data**. Newbury Park: Sage, 1995.

HARDY, Melissa A. **Regression with dummy variables**. Newbury Park: Sage, 1993.

HITT, M. A.; GIMENO, J.; HOSKISSON, R. E. Current and future research methods in strategic management. **Organizational Research Methods**, [s. l.], n. 1, p. 6-44, 1998.

KIM, Jae-on; MUELLER, Charles W. **Factor analysis: statistical methods and practical issues**. Newbury Park: Sage, 1978.

LEWIS-BECK, Michael S. **Applied regression**: an introduction. Newbury Park: Sage, 1980.

LONG, J. Scott. **Confirmatory factor analysis**: a preface to lisrel. Newbury Park: Sage, 1983.

SHARMA, Subhash. **Applied multivariate techniques**. New York: Wiley, 1996.

SHOOK, C. L.; KETCHEN D. J.; CYCYOTA C. S.; CROCKETT, D. Data analytic trends and training in strategic management. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 24, n. 12, p. 1231-1237, 2003.

THOMPSON, Bruce. **Canonical correlation analysis**: uses and interpretation. Newbury Park: Sage, 1984.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: **Métodos de Pesquisa II**

Ano/Semestre: 2020/1

Carga horária total: 45 Carga horária teórica: 45 Carga horária prática: 0

Créditos: 3

Área temática:

Código da disciplina: 115427

Requisitos de matrícula: Métodos de Pesquisa I

Professores: Yeda Swirski, Amarolinda Klein e com a participação de apoio de

Patrícia Kinast de Camillis

EMENTA

A disciplina aborda os paradigmas da pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas e as diferentes matizes epistemológicas subjacentes; a lógica da pesquisa e da construção de teoria no campo da Administração e das Ciências Contábeis; a conexão teorias – técnicas de investigação; o projeto de pesquisa e seus elementos fundamentais: problematização e objeto de estudo, quadro teórico de referência, métodos de pesquisa, integração coerente do problema, da fundamentação teórica, dos métodos e contribuição da pesquisa.

ORGANIZAÇÃO

O princípio orientador do trabalho na disciplina é o de favorecer o desenvolvimento de um pensamento crítico e atualizado sobre pesquisa e produção científica em Administração e Ciências Contábeis, com entendimento sobre:

- O objeto de estudo e a produção de conhecimento - o que compreende a demarcação do campo e a identificação dos problemas de pesquisa mais relevantes, bem como o entendimento das diferentes maneiras de fazer teoria no campo da Administração e das Ciências Contábeis;
- Os pressupostos filosóficos - o que implica na análise crítica das posições ontológicas e epistemológicas subjacentes à produção de conhecimento na área;

- Os elementos fundamentais de um projeto de pesquisa em Administração e Ciências Contábeis: problematização e objeto de estudo; quadro teórico de referência; métodos de pesquisa; integração coerente do problema, da fundamentação teórica e dos métodos de pesquisa; contribuição da pesquisa.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BOOTH, W. C.; COLOMB, G. G.; WILLIAMS, J. M. **A arte da pesquisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

BURREL, G. Ciência normal, paradigmas, metáforas, discursos e genealogia da análise. *In*: CLEGG, S. R.; HARDY, C.; NORD, W. N. (org.). **Handbook de estudos organizacionais**: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais. São Paulo: Atlas, 2010. v. 1, p. 437-460.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 3. ed. Porto Alegre: Editora Penso: Bookman, 2010.

FEYERABEND, P. **Contra o método**. 2. ed. São Paulo: Editora UNESP, 2011.

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

KUHN, T. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1982.

LATOUR, Bruno. **Ciência em ação**: como seguir cientistas e engenheiros sociedade a fora. São Paulo: Editora Unesp, 2000.

POPPER, K. R. **Conjecturas e refutações**. 2. ed. Brasília: Editora UNB, 2018.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALVESSON, M.; SANDBERG, J. Generating research questions through problematization. **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 36, n. 2, p. 247-271, 2011.

AMJ. From the editors: publishing in AMJ-part 1: topic choice. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 54, n. 4, p. 432-435, 2011.

AMJ. From the editors: publishing in AMJ-part 2: research design. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 54, n. 3, p. 657-660, 2011.

AMJ. From the editors: publishing in AMJ-part 5: crafting the methods and results. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 55, n. 1, p. 8-12, 2012.

AMJ. From the editors: publishing in AMJ-part 6: discussing the implications. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 55, n. 2, p. 256-260, 2012.

BACHARACH, S. B. Organizational theories: some criteria for evaluation. **The Academy of Management Review**, [s. l.], v. 14, n. 4, p. 496, 1989.

BUTLER, R. Stories and experiments in social inquiry. **Organization Studies**, [s. l.], v. 18, n. 6, p. 927-948, 1997.

DAFT, R. Learning the craft of organizational research. **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 8, n. 4, p. 539-546, 1983.

DIMAGGIO, P. J. Comments on "what theory is not". **Administrative Science Quarterly**, [s. l.], v. 40, n. 3, p. 391-397, 1995.

DUBÉ, L.; PARÉ, G. Rigor in information systems positivist case research: current practices, trends, and recommendations. **MIS Quarterly**, [s. l.], v. 27, n. 4, p. 597-636, 2003.

EISENHARDT, K. M. Building theories from case study research. **The Academy of Management Review**, [s. l.], v. 14, n. 4, p. 532-550, 1989.

EISENHARDT, K. M.; GRAEBNER, M. F.; SONENSHEIN, S. Grand challenges and inductive methods: rigor without rigor mortis. **Academy Management Journal**, [s. l.], v. 59, n. 4, p. 1113-1123, 2016.

GHOSHAL, S. Bad management theories are destroying good management practices. **Academy of Management Learning & Education**, [s. l.], v. 4, n. 1, p. 75-91, 2005.

GREGOR, S. The nature of theory in information systems. **MIS Quarterly**, [s. l.], v. 30, n. 3, p. 611-642, 2006.

LEE, A. Integrating positivist and interpretive approaches to organizational research. **Organization Science**, [s. l.], v. 2, n. 4, p. 342-365, 1991.

LOCKE, K.; GOLDEN-BIDDLE, K. Constructing opportunities for contribution : Structur-ing intertextual coherence and “problematizing” in organization studies. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 40, n. 5, p. 1023-1062, 1997.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: **Métodos Qualitativos de Pesquisa**

Nível () Mestrado (x) Doutorado

Ano/Semestre: 2020/1

Carga horária total: 45 Carga horária teórica: Carga horária prática:

Créditos: 03

Área temática: Administração

Código da disciplina: 115444

Professora: Kadúgia Faccin/Bibiana Volkmer Martins

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 aplica-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.

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.