

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Tópicos Especiais em Gestão e Negócios I – Projeto de Dissertação

Semestre: 2020/2

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 107419_T18

Professor: Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca

EMENTA

Apresentar temas novos ou emergentes da área de gestão e negócios, a partir de resultados de pesquisa de professores visitantes, abordando assuntos afins aos temas de dissertação do Mestrado e conteúdos relacionados às linhas de pesquisa do Programa não contemplados nas demais Unidades de Ensino do curso.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

As aulas estão sustentadas numa aprendizagem teórica-vivencial. A leitura prévia dos textos indicados é fundamental para o aproveitamento dos seminários, das aulas expositivas-dialogadas, dos estudos de caso e das dinâmicas de grupo.

AVALIAÇÃO

Participação em classe 20%

Avaliação final 80%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALGEO, Chivonne. Exploring project knowledge acquisition and exchange through action research. **Project Management Journal**, [s. l.], v. 45, n. 3, p. 46-56, 2014.

BAUER, M. W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BEHRENS, Marilda Aparecida. **Paradigma da complexidade**: metodologia de projetos, contratos didáticos e portfólios. Petrópolis: Vozes, 2006.

BRYMAN, A.; BELL, E. **Business research methods**. Oxford: Oxford University Press, 2007.

EDMONDSON, M. C.; McMANUS, S. E. Methodological fit in management field research. **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 32, n. 4, p. 1155-1179, 2007.

EDWARDS, Rosalind; BRANNELLY, Tula. Approaches to democratising qualitative research methods. **Qualitative Research**, [s. l.], v. 17, n. 3, p. 271-277, 2017.

FLICK, Uwe. **Introdução à metodologia de pesquisa**. Porto Alegre: Penso, 2013.

GODOI C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**: paradigmas, estratégias e métodos. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

HAIR, J. *et al.* **Essentials of business research methods**. [S. l.], M. E. Sharpe, 2011.

MINAYO, M. C. de S.; DESLANDES, S. F. (org.). **Caminhos do pensamento**: epistemologia e método. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2002.

NENTY, H. Johnson. Writing a quantitative research thesis. **International Journal of Educational Sciences**, [s. l.], v. 1, n. 1, p. 19-32, 2009.

SEKARAN, R.; BOUGIE, J. **Research methods for business**: a skill building approach. 5th ed. [S. l.]: John Wiley and Sons, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Tópicos Especiais em Gestão e Negócios I – International Economics

Semestre: 2020/2

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 107419_T02

Professor: Prof. Dr. Stéphane Mottet

EMENTA

Apresentação de temas novos ou emergentes da área de gestão e negócios, a partir dos resultados de pesquisas dos professores do programa e de professores visitantes, abordando assuntos afins aos temas da área de Gestão e Negócios e conteúdos relacionados às linhas de atuação do Programa não contemplados nas demais atividades acadêmicas do programa.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Material disponibilizado pelo professor.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Tópicos Especiais em Gestão e Negócios II - Desenvolvimento Regional e Capital Social

Semestre: 2020/2

Carga horária: 30h Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: 107420_T02

Professor: Profa. Dra. Rejane Ines Kieling

EMENTA

A disciplina tratará os conceitos de território e territorialidades; bem como as formações socioespaciais e região. Também trabalhará a regionalização enquanto processo, tratando do período técnico-científico informacional e o papel da região. Ainda, aborda políticas públicas territoriais no Brasil e o uso delas por sociedades cooperativas. Discutirá enunciados, fundamentos e bases epistemológicas vinculadas ao capital social. Oferece ao discente um ambiente para discussão do conceito de capital social na visão dos organismos internacionais. Permite explorar como o capital social pode gerar desenvolvimento regional e ampliar o conhecimento sobre como as cooperativas geram capital social. Compreende a formação de valores éticos e democráticos para geração de capital social. Estabelece relação entre os conceitos mencionados acima e a como a cooperativa gera desenvolvimento para a região e para o território.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Crescimento econômico e bem-estar social; antecedentes do capitalismo; o pensamento smithiano; as distorções da década de 1970 no Brasil; desigualdade social no Brasil.
- A origem do pensamento de ruptura com a ortodoxia econômica em Veblen, Schumpeter; Keynes e Polanyi; Desenvolvimento econômico: IDH; Sustentabilidade e Ecodesenvolvimento; O negócio social.
- Desenvolvimento Regional; teorias que procuram explicar o desenvolvimento das regiões: Perroux; Myrdal; Hirschmann; Noth; Prebisch e Furtado. Território e territorialidades; Desenvolvimento endógeno – o que é?
- Desenvolvimento Regional e o Cooperativismo

- Desenvolvimento territorial sustentável; Diversidade territorial; o cooperativismo como potencialidade de desenvolvimento. A valorização da memória e os valores dos antepassados
- Capital social
- A cooperativa como geradora e propulsora de Capital Social
- Políticas públicas para as regiões no Brasil e como as cooperativas podem utilizar tais programas
- Temas propostos: precarização do trabalho; a mulher no cooperativismo; discriminação étnica; pobreza e distribuição de renda.
- Governança territorial
- Governança territorial e o cooperativismo
- Temas propostos: Anéis burocráticos;
- Grupos de pressão;
- Identificação Geográfica IG;
- Desenvolvimento Regional, Capital Social e desenvolvimento local.

METODOLOGIA

Aulas expositivas dialogadas. Debates orientados por temas escolhidos; para cada tema será escolhido um grupo apresentador e um grupo debatedor, sendo que o grupo debatedor deverá formular perguntas que instiguem a participação de todos os alunos.

AVALIAÇÃO

O grau total que pode ser atribuído ao aluno obedecerá à seguinte ponderação: 60% referentes à apresentação individual, em que o aluno poderá escolher um de acordo com os eixos da disciplina: desenvolvimento regional e cooperativismo; a cooperativa como geradora e propulsora de Capital Social;

Políticas públicas para as regiões no Brasil e como as cooperativas podem utilizar tais programas e Governança Territorial. 40% referentes à participação nos debates orientados, em que os alunos deverão contribuir com seu entendimento sobre os textos lidos tanto como apresentadores, como debatedores. Conceito A 90 a 100% de aproveitamento - B 80 a 89% de aproveitamento - C 70 a 79% de aproveitamento - D Reprovado (motivo frequência) E Reprovado (motivo nota).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BECKER, Dinizar. Capital social: uma nova derivação da economia de mercado. **Capital Social e Desenvolvimento Regional**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, p. 85-121, 2003.

CANÇADO, Airton Cardoso; TAVARES, Bruno; DALLABRIDA, Valdir Roque. Gestão social e governança territorial: interseções e especificidades teórico-práticas. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, [s. l.], v. 9, n. 3, 2013.

COREZOLA, Fernanda; OLIVEIRA, Carlos Douglas; ALMEIDA, Maria Graça. Desafios da governança territorial nos territórios incorporados ao programa territórios da cidadania. **Raízes: revista de ciências sociais e econômicas**, [s. l.], v. 28, n. 1-2, p. 87-96, 2009.

DALLABRIDA, Valdir Roque. Desenvolvimento e governança territorial: um ensaio preliminar sobre a necessidade da regulação no processo de gestão do desenvolvimento. **Redes: revista do desenvolvimento regional**, [s. l.], v. 15, n. 3, p. 165-186, 2010.

DALLABRIDA, Valdir Roque. Governança territorial e desenvolvimento: as experiências de descentralização político-administrativa no Brasil como exemplos de institucionalização de novas escalas territoriais de governança. *In*: CONFERÊNCIA DO DESENVOLVIMENTO, 2., 2011, Brasília, DF. **Anais eletrônicos** [...]. Brasília, DF: Ipea, 2011. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/code2011/chamada2011/pdf/area7/area7-artigo11.pdf>. Acesso em 2011.

DALLABRIDA, Valdir Roque. **Território, governança e desenvolvimento territorial**: indicativos teórico-metodológicos, tendo a indicação geográfica como referência. São Paulo: LiberArs, p. 101, 2016.

DALLABRIDA, Valdir Roque; BECKER, Dinizar Ferminiano. Governança territorial: um primeiro passo na construção de uma proposta teórico-metodológica. **Desenvolvimento em Questão**, [s. l.], v. 1, n. 2, p. 73-97, 2003.

ETGES, Virginia Elisabeta. Desenvolvimento regional sustentável: o território como paradigma. **Redes**, Santa Cruz do Sul, Online, v. 10, n. 3, p. 47-55, 2005.

ETGES, Virginia Elisabeta; DEGRANDI, José Odím. Desenvolvimento regional: a diversidade regional como potencialidade. **Revista Brasileira de Desenvolvimento Regional**, [s. l.], v. 1, n. 1, p. 085-094, 2013.

GREMAUD, Amaury Patrick; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de; TONETO JÚNIOR, Rudinei. **Economia brasileira contemporânea**. [S. l.: s. n.], 2017.

HAESBAERT, Rogério. **Regional-global: dilemas de la región y de la regionalización en la Geografía contemporânea**. [S. l.]: Universidad Pedagógica Nacional, 2019.

HEILBRONER, Robert. **A construção da sociedade econômica**. [S. l.]: Grupo A-Bookman, 2000.

HUNT, E. K. **História do pensamento econômico**. [S. l.]: Campus, 2005.

MORAES, Jorge Luiz Amaral de. **Capital social e desenvolvimento regional**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2003.

PECQUEUR, Bernard. A guinada territorial da economia global. **Política & Sociedade**, [s. l.], v. 8, n. 14, p. 79-106, 2009.

POLANYI, Karl. **A grande transformação**. [S. l.]: Leya, 2013.

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1988. v. 4, p. 136.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. [S. l.]: Edusp, 2002.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. [S. l.]: Editora Companhia das letras, 2018.

THEIS, Ivo Marcos; STRELOW, Daniel Rodrigo; LASTA, Tatiane Thaís. Ct&I e desenvolvimento desigual no Brasil: é possível o utro “modelo de desenvolvimento”? **Revista Tecnologia e Sociedade**, [s. l.], v. 13, n. 27, p. 43-61, 2017.

YUNUS, Muhammad. **O banqueiro dos pobres: o microcrédito e a luta contra a pobreza no mundo**. [S. l.: s. n.], 2008

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Gestão da Inovação

Semestre: 2020/2

Carga horária: 30h Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104403

Professor: Prof. Dr. Alsones Balestrin e Prof. Daniel Pedro Puffal

EMENTA

Processos de estratégia de inovação nas organizações. Os processos de inovação nas organizações e seu impacto na cultura das empresas. Conceitos e tipologias de inovação. Gestão da inovação e características das organizações inovadoras. Inovação sustentável, aberta e colaborativa. Sistemas regional e nacional de inovação. Dinâmica das redes de inovação. Estudos de caso sobre inovação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Conceitos e reflexões sobre inovação
- Conhecimento e Inovação
- Gestão da Inovação
- Inovação aberta e Redes de inovação
- Disrupção na inovação
- Alinhamento entre Cultura, estratégia, estrutura para a Inovação
- Sistemas de inovação: nacional, regional, setorial
- Inovação para a base da pirâmide Cooperação Universidade-Indústria

OBJETIVOS

A disciplina Gestão da Inovação tem como objetivo discutir os conceitos centrais e os processos estratégicos relativos à inovação, a partir de três eixos: fontes de inovação; contexto da inovação; e estratégia e organização para a inovação. A partir de casos relevantes, estuda-se a influência do ambiente, do uso de recursos e dos processos para inovação nas empresas. Espera-se que ao final da

disciplina os alunos tenham a capacidade de implementar e acompanhar projetos de inovação em organizações.

METODOLOGIA

Aula expositiva e dialogada, apresentação de seminários, apresentação e discussão de casos de estudo.

AVALIAÇÃO

A avaliação é feita acompanhando do desempenho dos alunos, analisando os seguintes aspectos:

Participação em Aula, Apresentação e Discussão de Case

Trabalho em Grupo – Análise de Caso Prático

Avaliação Individual escrita.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ANKRAH, S.; AL-TABBAA, O. Universities-industry collaboration: a systematic review. **Scandinavian Journal of Management**, [s. l.], v. 31, p. 387-408, 2015.

AUTIO, E.; THOMAS, L. D. W. Innovation ecosystems: implications for innovation management? *In*: DOGDGSON, M.; GANN, D. M.; PHILLIPS, N. **The Oxford handbook of innovation management**. Oxford: Oxford University Press. 2015.

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

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.

EISENMANN, T. R.; RIES, Eric; DILLARD, S. Experimenting in the Entrepreneurial Venture. Harvard Business, 2014.

HOSSAIN, M. Frugal Innovation: a review and research agenda. **Journal of Cleaner Production**, [s. l.], v. 182, p. 926-936, 2018.

MALERBA, F.; ADAMS, P. Sectoral Systems of Innovation. *In: DOGDGSON, M.; GANN, D. M.; PHILLIPS, N. **The Oxford handbook of innovation management**. Oxford: Oxford University Press. 2015.*

MASSA, L.; TUCCI, C. Business model innovation. *In: DOGDGSON, M.; GANN, D. M.; PHILLIPS, N. **The Oxford handbook of innovation management**. Oxford: Oxford University Press, 2015.*

NONAKA, I; KODAMA, M; HIROSE, A; KOHLBACHER, F. Dynamic fractal organizations for promoting knowledge-based transformation – a new paradigm for organizational theory. **European Management Journal**, [s. l.], 2013.

SALTER, A.; ALEXY, O. The nature of innovation. *In: DOGDGSON, M.; GANN, D. M.; PHILLIPS, N. **The Oxford handbook of innovation management**. Oxford: Oxford University Press. 2015.*

SCHOEMAKER, PAUL J. H.; KRUPP, Steven. The power of asking pivotal questions. **MIT Sloan**, [s. l.], 2015.

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.

BUENO, B.; BALESTRIN, Alsones. Inovação colaborativa: uma abordagem aberta no desenvolvimento de novos produtos. **RAE: revista de administração de empresas**, [s. l.], v. 52, p. 517-530, 2012. Case.

CATMULL, E. How Pixar fosters collective creativity. **Harvard Business Review**, [s. l.], 2008. Case.

DYER; JEFFREY; NOBEOKA; KENTARO. Creating and managing a high-performance knowledge-charring network: the Toyota case. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 21, p. 345-367, 2000. Case.

CASE: ORAZBAYEVA, B. Siemens research cooperation with universities: Strategic university relations strengthening Siemens' ingenuity. *University-Business Cooperation in Europe – Study Cases*.

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

WOOLLEY, R. **AREA Science Park**: developing the economic system of enterprises through innovation and technological research. Trieste: AREA Science Park: Innovation Factory, [2020?]. Disponível em: <https://ub-cooperation.eu/index/casestudies>. Acesso em: ago. 2020. Case.

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

FACCIN, kadígia; BALESTRIN, alsones. The dynamics of collaborative practices for knowledge creation in joint R&D projects. **Journal of Engineering and Technology Management**, [s. l.], v. 48, p. 28-43, 2018.

FAGERBERG, J. A. Guide to the Literature. *In*: FAGERBERG, J.; MOWERY, D. C.; NELSON, R. R. **The Oxford handbook of innovation**. Oxford: Oxford University Press, 2006.

PANCER, E.; GULLIVER, K.; MACLEOD, M. Uber elevate: the case for flying cars. Ivey Business School Foundation, [s. l.], 2018.

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

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Seminário de Gestão Estratégica de Pessoas

Semestre: 2020/2

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104391

Professor: Profa. Dra. Patrícia Martins Fagundes Cabral

Prof. Dr. José Carlos da Silva Freitas Junior

EMENTA

Novas formas de organização do trabalho onde se destacam a flexibilidade e a mobilização dinâmica de recursos no ambiente organizacional. Caráter estratégico da gestão de pessoas tendo em vista a importância das pessoas na geração de resultados organizacionais.

Temas emergentes: (1) a sustentabilidade e a combinação dos fatores econômicos, sociais e ambientais; (2) globalização e internacionalização de empresas e o impacto cultural na gestão de pessoas e na formação de lideranças globais; (3) gestão de competências e estratégias colaborativas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- O cenário contemporâneo do trabalho e da área de RH; - Contextualização da Gestão de Pessoas na pesquisa e na prática;
- Inovação em Recursos Humanos;
- GRH Sustentável;
- Vínculos, Engajamento
- Ética, Sustentabilidade e Responsabilidade Social Corporativa
- Práticas Inovadoras de Bem-Estar e Engajamento no contexto COVID-19

METODOLOGIA

Aulas sustentadas numa aprendizagem teórica-vivencial, de caráter sistêmico e interdisciplinar. A leitura prévia dos textos indicados é fundamental para o aproveitamento dos encontros, tendo em vista

que um dos objetivos principais da Unidade Temática é a discussão aprofundada dos temas em questão, nos seminários, aulas expositivas-dialogadas e atividades extra-classe. O protagonismo do aluno na participação/construção das atividades é a base para o processo de aprendizagem individual e coletivo.

AVALIAÇÃO

As formas de avaliação deverão contemplar a qualidade da participação nas atividades realizadas na disciplina, bem como a entrega de atividades escritas (resenhas individuais), e trabalhos em grupo.

BIBLIOGRAFIA

BARBOSA *et al.* **Cultura e diferença nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2009.

BITENCOURT, Cláudia Cristina *et al.* **Gestão contemporânea de pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

BORGES-ANDRADE, J. E.; ABBAD, G. S.; MOURÃO, L. **treinamento, desenvolvimento e educação em organizações e trabalho**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DAVEL, Eduardo; VERGARA, Sylvia (org.). **Gestão com pessoas e subjetividade**. São Paulo: Atlas, 2001.

GOMES, A. Duarte. (coord). **Psicologia das organizações, do trabalho e dos recursos humanos**. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2011.

MARIOTTI, Humberto. **Pensamento complexo**. São Paulo: Atlas, 2007.

NEVES, José Gonçalves das; GARRIDO, Margarida Vaz; SIMÕES, Eduardo. **Manual de competências pessoais, interpessoais e instrumentais – teoria e prática**. 3. ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2015.

NEVES, José Gonçalves das; VINAGRE, Maria Helena. **Qualidade de serviço: diagnosticar para intervir: o Gap Model**. 1. ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2018.

SAETA, Beatriz Regina Pereira (org.). **A diversidade humana e o contexto laboral**. São Paulo: Ed. Mackenzie, 2016.

SAPIRO, Arão; DALPOZZO, Marco; BARBOSA, Djalma. Dinâmicas de engajamento. **Revista DOM (Fundação Dom Cabral)**, [s. l.], v. 10, p. 9-17, 2010.

ZANELLI, J. C.; BORGES-ANDRADE, J. E.; BASTOS, A. V. B. (org.). **Psicologia, organizações e trabalho no brasil**. Porto Alegre: Artmed, p. 91-141, 2004.

ZANELLI, José Carlos; KANAN, Lilia Aparecida. **Fatores de risco, proteção psicossocial e trabalho**: organizações que emancipam ou que matam. Lages: Editora da UNIPLAC, 2018.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Abordagens Metodológicas

Semestre: 2020/2

Carga horária: 30h Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: 122732

Professor: Profa. Dra. Patrícia Martins Fagundes Cabral

Prof. Dr. José Carlos da Silva Freitas Junior

Prof. Dr. Marcelo André Machado

Prof. Dr. Gabriel Sperandio Milan

Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca

EMENTA

Contextualização e problematização no campo de pesquisa “Gestão e Negócios”, sensibilizando para a importância da construção do problema de pesquisa, bem como dos demais elementos que constituem um trabalho acadêmico de investigação teórico-empírico. Discute as abordagens qualitativa e quantitativa, apresentando distintas possibilidades e estratégias metodológicas (Estudo de Caso, Survey, Design Research, Pesquisa-Ação, entre outros).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Contextualização no campo de pesquisa “Gestão e Negócios” e pesquisa científica em programas profissional: a questão do Método
- PESQUISA QUALITATIVA: O Paradigma Qualitativo em Pesquisa; A qualidade em pesquisa qualitativa: Credibilidade, Transferabilidade, Confirmabilidade e Confiabilidade
- Estratégias em Pesquisa Qualitativa
- PESQUISA QUANTITATIVA: Definição da pesquisa quantitativa. Elementos necessários à implementação de pesquisas quantitativas. Premissas para definição de planos amostrais e coleta de dados. Alguns tipos de aplicações e análises (exemplos).
- Aprender a pesquisar “onde, quem e como pesquisar?”

- PESQUISA QUANTITATIVA: o método survey, o design de uma survey: etapas e procedimentos. Elaboração de questionários (estrutura, escalas e demais aspectos necessários), estruturação do banco de dados e análises.
- PESQUISA QUALITATIVA – overview: Técnicas de Coleta: Entrevistas, Observações, Grupos (Reflexivos e Focal); Instrumentos: roteiros, protocolos, temáticas-guia e diários; Análise de Dados Análise de Conteúdo; Análise de Discurso (individual e Coletivo; Análise Textual Discursiva
- DESIGN RESEARCH
- ABORDAGENS METODOLÓGICAS ALTERNATIVAS: QCA, AHP, Life stories, Etnografia, Pesquisa-ação.

METODOLOGIA

Aulas sustentadas numa aprendizagem teórica-aplicada. A leitura prévia dos textos obrigatórios é importante para o aproveitamento dos seminários, das aulas expositivas-dialogadas e dos debates em grupo. O protagonismo do aluno na participação/construção das aulas é fundamental para o processo de aprendizagem individual e coletivo.

AVALIAÇÃO

Avaliação crítica do capítulo de Método de um artigo, dissertação de mestrado ou tese de doutorado que tenha relação com seu projeto de dissertação. Apresentação e pareceres da socialização. Participação ativa e construtiva nas aulas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRYMAN, A.; BELL, E. **Business research methods**. [S. l.]: Oxford University Press, 2007

GERRING, John. **Case study research**. Cambridge: Cambridge University, 2007.

FLICK, Uwe. **Introdução à metodologia de pesquisa**. Porto Alegre: Penso, 2013.

GODOI C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

HAIR, J. *et al.* **Essentials of business research methods**. [S. l.], M.E. Sharpe, 2011.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos de metodologia científica**. Petrópolis: Vozes, 1997.

KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. 9. ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.

MINAYO, M. C. de S.; DESLANDES, S. F. (org.). **Caminhos do pensamento: epistemologia e método**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2002.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SEKARAN, R.; BOUGIE, J. **Research methods for business: a skill building approach**. 5th ed. [S. l.]: John Wiley and Sons, 2009.

STAKE, Robert. **Pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Penso, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BAUER, M. W.; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BEHRENS, Marilda Aparecida. **Paradigma da complexidade: metodologia de projetos, contratos didáticos e portfólios**. Petrópolis: Vozes, 2006.

COOPER, Donald; EMORY, William. **Business research method**. Boston: Irwin McGraw-Hill, 1995.

LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2001.

MATURANA, Humberto R.; VARELA, Francisco G. **Cognição, ciência e vida cotidiana**. Belo Horizonte: UFMG, 2001.

MORIN, Edgar. **Ciência com consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

REASON, Peter; BRADBURY, Hilary. **Handbook of action research**. London: Sage, 2001.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Governança Corporativa

Semestre: 2020/2

Carga horária: 30h Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104393

Professor: Prof. Dr. João Zani

EMENTA

Governança Corporativa, a partir de uma visão sistêmica de gestão e como processo complexo de tomada de decisão e de implementação ou não implementação das decisões empresariais tomadas. Os principais pontos da teoria econômica, seus efeitos e a importância da assimetria de informação no entendimento dessa questão. As teorias da firma. A firma como umnexo de contratos. A teoria da agência e sua relação agente-principal e os problemas de assimetria de informação (seleção adversa, risco moral e sinalização) e sua problematização no desempenho das organizações serão trabalhados. Os modelos de governança corporativa. Os modelos de governança e a estrutura de propriedade: (i) controle e propriedade estatal; (ii) controle e propriedade familiar; (iii) sistema de controles bancários e (iv) controle disperso entre os acionistas. As implicações dos diferentes modelos de governança corporativa nos resultados das organizações. Debate de casos práticos aplicados à economia brasileira e seus diferentes impactos na performance das firmas. Os sistemas legais, econômicos e políticos de governança corporativa entre vários países.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Construção e contratação do programa de trabalho para o semestre; apresentação de conceitos, objetivos e contextualização da governança.
- Governança Global: de onde viemos? Onde estamos? Qual a perspectiva e os impactos nos negócios?
- Formação, desenvolvimento e evolução do capitalismo e do mundo corporativo
- Estrutura de Poder, o Processo e as Práticas de Governança Corporativa
- Os Modelos de Governança Efetivamente Praticados.

- Governança Corporativa no Brasil.
- Governança em Empresas Familiares.
- Governança que Produz Resultados e Reinventando a Governança Corporativa.
- Reinventando a Governança Corporativa.
- Estudo de Caso Final.

METODOLOGIA

Aulas sustentadas numa aprendizagem andragógica (teórica-vivencial). A leitura prévia dos textos indicados é obrigatória para o aproveitamento dos seminários, das aulas expositivas-dialogadas e das eventuais dinâmicas de grupo.

AVALIAÇÃO

Avaliação: Presença 30%; Apresentação de Trabalhos ou Capítulos e participações em debates de sala de aula 40%. Quiz e outras avaliações 30%.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AKERLOF, George A. The market for lemons: quality uncertainty and market mechanism. **Quarterly Journal of Economics**, [s. l.], v. 84, n. 3, p. 488-500, Aug. 1970.

ANDRADE, A.; ROSETTI, J. P. **Governança corporativa: fundamentos, desenvolvimento e tendências**. São Paulo: Atlas, 2004.

BERLE, A.; MEANS, G. **The modern corporation and private property**. New York: Mcmillan, 1932.

BREMMER, Ian. **O fim do livre mercado**. São Paulo: Saraiva, 2011.

CHARAM, Ram. **Governança corporativa que produz resultados**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CHARAM, Ram. **Reinventando a governança corporativa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CHARAM, Ram; CAREY, Dennis; USEEM, Michael. **Boards that lead**. Boston: Harvard Business Review, 2014.

COLLINS, Jim. **Como os gigantes caem**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

COLLINS, Jim. **Empresas feitas para vencer**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

DAVIS A. J.; SINANIS, Maria; COLLETTE, Courtney. **Next generation success**. [S. l.]: Cambridge Family Enterprise Press, 2014.

FRIEDEN, Jeffrey A. **Capitalismo global**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

GREENE, Robert; ELFFERS, Joost. **As 48n leis do poder**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

JENSEN, M. C.; MECKLING, W. H. Theory of the firm: managerial behaviour, agency costs, and ownership structure. **Journal of Financial Economics**, [s. l.], v. 3, n. 4, p. 305-360, 1976.

KISSINGER, Henry. **Sobre a China**. Guarulhos: Objetiva, 2011.

SHLEIFER, A.; VISHNY, R. W. A survey of corporate governance. **Journal of Finance**, [s. l.], v. 52, n. 2, p. 737-783, 1997.

SHLEIFER, A.; VISHNY, R. W. Large shareholders and corporate control. **Journal of Political Economy**, [s. l.], v. 94, p. 461-488, 1986.

SILVEIRA, Alexandre Di Micelli da. **Governança corporativa no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

STIGLITZ, Joseph E. The contributions of the economics of information to twentieth century economics. **The Quarterly Journal of Economics**, [s. l.], p. 1441-1478, Nov. 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Métodos Quantitativos

Semestre: 2020/2

Carga horária: 30h Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104400

Professor: Prof. Dr. Ivan Lapuente Garrido

EMENTA

Estudos básicos sobre estatística. Relação entre estatística e método científico. Estatística Básica (Univariada): Descritiva, Probabilidade, Amostragem, Estimação, Testes de Hipóteses (Paramétricos e Não Paramétricos), (Bivariada) Correlação e Regressão Linear e Não-Linear. Planejamento e análise de experimentos aplicados à Engenharia de Produção. Estatística Multivariada: ANOVA E MANOVA, Análise Discriminante, Análise Conjunta, Análise de Fatores, Análise de Conglomerados, Análise de Escolha Discreta, Análise de Sobrevivência, Regressão Logística, Análise de Regressão Múltipla, Redução Multidimensional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Variáveis, Estatística Descritiva, Amostras e Populações, Medidas de Tendência Central, Erro amostral e erro de amostragem, Distribuição Normal e Medidas de Dispersão.
- Probabilidade e Intervalos de confiança
- Testes de hipótese e significância estatística
- Correlação, Diferenças Média e Anova
- Análise fatorial
- Análise de Regressão

OBJETIVOS

Propiciar que os alunos participantes, além de compreenderem os conceitos básicos de estatística desenvolvam a habilidade para identificarem e aplicarem as técnicas estatísticas adequadas a cada tipo de pesquisa e, ainda, compreendam a relação direta entre a pesquisa científica e a análise quantitativa.

METODOLOGIA

Aulas Expositivo-dialogadas e realização de exercícios e casos.

AVALIAÇÃO

Trabalhos em grupo (40%) Prova (60%).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DANCEY, Christine P.; REIDY, John. **Estatística sem matemática para psicologia: usando SPSS para Windows**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008. ISBN 9788536306889. (Biblioteca Artmed. Métodos de pesquisa).

FIELD, Andy P. **Descobrimo a estatística usando o SPSS**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009. ISBN 9788536319278.

HAIR, Joseph F. *et al.* **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. *E-book*. ISBN 788577805341.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Gestão Financeira

Semestre: 2020/2

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104394

Professor: Prof. Dr. Luis Felipe Maldaner

EMENTA

Conceitos, princípios e fundamentos da teoria e da gestão financeira, abrangendo tópicos tais como: mercado de capitais, o valor do dinheiro no tempo, gestão de carteiras, avaliação de ativos e projetos sob condições de risco, assimetria informacional e crédito, teoria de agência, teoria e gestão da estrutura de capital, política de dividendos, opções project finance, trade credit e behavioral finance.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Conceitos macroeconômicos básicos e seu uso em finanças. Crises financeiras e suas consequências. Finanças domésticas e internacionais: Sistema financeiro global; operações internacionais; sindicatos de bancos. Finanças para uma boa sociedade: valor da moeda; soberania e poupança interna. O futuro da competição bancária: novos modelos de negócios; Fintechs; novos clientes; tendências e inovação. Risco e Retorno: elementos principais dos modelos. Eficiência de Mercado.

OBJETIVOS

Capacitar os alunos nos conceitos fundamentais de macroeconomia aplicados às Finanças Corporativas, conceitos, princípios e fundamentos da teoria e da gestão financeira, abrangendo tópicos tais como: eficiência de mercado; gestão do capital de giro; fundamentos de risco e retorno. Este não é um curso instrumental.

METODOLOGIA

As aulas serão ativo-participativas com uso de apresentação para servir de base no sentido de estimular a discussão franca e a apresentação de dúvidas e comentários sobre os temas de cada aula. O estímulo ao questionamento é permanente. Para tanto, a leitura prévia do conteúdo é absolutamente necessária. Sem leitura prévia, a discussão fica prejudicada, quando não é nula. Não existe questão, pergunta ou comentário que não deva ser feito pelos alunos. Caso a questão seja extemporânea, o professor apontará o fato, e a discussão será realizada em outro momento, mas isto não deve eximir ou intimidar os alunos para que façam seus comentários, perguntas observações, relato de experiências ou de casos conhecidos

AVALIAÇÃO

- Participação em aula nas discussões a partir do conteúdo apresentado pelo professor e discutido com os colegas.
- Para a participação é essencial a leitura prévia dos conteúdos indicados (leitura prévia para a segunda aula e posteriores).
- Como avaliação final será solicitado um artigo em formato acadêmico sobre um dos temas tratados em aula, que servirá de base para a nota final.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

EITEMAN, D. K.; STONEHILL, A. I.; MOFFETT, M. H. **Administração financeira internacional**. Porto Alegre: Bookman, 2013.

MODENESI, A. de M.; PRATES, D. M.; OREIRO, J. L.; PAULA de, L. F.; RESENDE, M. F. da C. (org.). **Sistema financeira e política econômica em uma era de instabilidade**. São Paulo: Elsevier Editora, 2012.

ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R.; W. JAFFE, J. F.; LAMB, R. **Administração financeira**. Porto Alegre: AMCH Editora, 2015.

SHILLER, R. J. **Finanças para uma boa sociedade**. São Paulo: Elsevier Editora, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BALL, R. The development, accomplishments and limitations of the theory of stock market efficiency. **Managerial Finance**, [s. l.], v. 20, n. 2/3, 1994.

BERNSTEIN, P. L.; DAMODARAN, A. **Administração de investimentos**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

BOTOSAN, C.; PLUMLEE, M.; XIE, Y. The role of information precision in determining the cost of equity capital. **Review of Accounting Studies**, [s. l.], n. 9, 2004.

BREALEY, R. A.; MYERS, S. C. **Investimento de capital e avaliação**. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BREALEY, R. A.; MYERS, S. C. **Princípios de finanças corporativas**. Lisboa: McGraw-Hill, 1998.

BRESSER-PEREIRA, L. C. (org). **Nação, câmbio e desenvolvimento**. Rio de Janeiro. FGV Editora, 2008.

BRUNER, R.; CONROY, R.; ESTRADA, J.; KRITZMAN, M.; LI, W. Introduction to valuation in emerging markets. **Emerging Markets Review**, [s. l.], n. 3, p. 310-324, 2002.

COPELAND, T.; KOLLER, T.; MURRIN, J. **Avaliação de empresas**. São Paulo: Markron Books, 2001.

DAMODARAN, A. **Finanças corporativas: teoria e prática**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

DORNBUSCH, Rudiger; FISCHER, Stanley; STARZ, Richard. **Macroeconomia**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

ELTON, E.; GRUBER, M.; BROWN, S.; GOETZMANN, W. **Moderna teoria de carteiras e análise de investimentos**. São Paulo: Atlas, 2004.

GRAHAM, John R.; HARVEY, Campbell R. The theory and practice of corporate finance: the evidence from the field. **Journal of Financial Economics**, [s. l.], v. 60, p. 187-243, 2001.

GRANDO, T.; BRUNOZI JUNIOR, A. C.; MACHADO, D. G.; ZANINI, F. A. M. Empresas dual class: um estudo do impacto no valor das empresas brasileiras. **Enfoque Contábil**, [s. l.], v. 35, n. 2, p. 67-86, 2016.

GRINBLATT, M.; TITMAN, S. **Mercados financeiros e estratégia corporativa**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

JENSEN, M. Value maximization, stakeholder theory and the corporate objective function. **European Financial Management**, [s. l.], v. 7, n. 3, 2001.

JENSEN, Michael C.; SMITH JUNIOR, Clifford W. The theory of corporate finance: a historical overview. *The Modern Theory of Corporate Finance*. New York: McGraw-Hill, 1984. p. 2-20.

PEROBELLI, F. F. C.; JANUZZI, F. V.; BERBET, L. J. S.; MEDEIROS, D. S. Fluxo de caixa em risco: diferentes métodos de estimação testados no setor siderúrgico brasileiro. **Revista Brasileira de Finanças**, [s. l.], v. 5, n. 2, p. 165-204, 2007.

PÓVOA, A. **Valuation**: como precificar ações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, V. **O futuro da competição**: como desenvolver diferenciais inovadores em parceria com os clientes. Rio de Janeiro. Elsevier, 2004.

SACHS, Jeffrey D.; LARRAIN B., Felipe. **Macroeconomia**. Rio de Janeiro: Makron Books, 2000.

STEFFEN, H. C.; ZANINI, F. A. M. Abertura ou não de capital no brasil: uma análise prática da percepção dos executivos financeiros. **Revista Brasileira de Finanças**, [s. l.], v. 12, n. 4, p. 597-642, 2013.

STEFFEN, H. C.; ZANINI, F. A. M. Initial public offering in brazil: the perceptions of financial executives. **Revista Contabilidade e Finanças**, [s. l.], v. 23, série 59, p. 102-115, 2012.

STEFFEN, H. C.; ZANINI, F. A. M.; KRONBAUER, C. A.; OTT, E. **Administração do capital de giro**: um estudo sobre os fatores que influenciam na criação de valor para a empresa. *Contabilidade Vista & Revista*, [s. l.], v. 25, n. 1, p. 15-33, 2014.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Direito Internacional

Semestre: 2020/2

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104407

Professor: Prof. Dr. Marcelo De Nardi

EMENTA

O Direito Internacional e seus dois planos: Público e Privado, relações, conexões e características. As regras do Direito Internacional Privado brasileiro: a Lei de Introdução ao Código Civil Brasileiro. O Direito Internacional Público e sua caracterização. Os efeitos da globalização sobre o direito interno: a lex mercatoria e o Direito Internacional do Comércio. A responsabilidade Internacional dos Estados. A solução pacífica das controvérsias internacionais. A importância dos Tratados Internacionais. O comércio internacional e a sua gestão. Solução de controvérsias por meios judiciais e extrajudiciais. A inovação e as novas tecnologias no contexto do mundo globalizado: harmonizando as diferentes normas aplicáveis.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Introdução ao Direito e ao Direito Internacional;
- Direito Internacional do Comércio, regulação e contratos;
- Responsabilidade civil, problemas internacionais e transnacionais;
- Inovação, Direito e desmaterialização;
- Processo judicial e arbitragem: métodos de resolução de conflitos.

METODOLOGIA

Aula expositiva por método socrático, interagindo com os alunos.

AVALIAÇÃO

Avaliação por participação em aula e presença.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AMARAL JÚNIOR, Antonio Carlos Rodrigues do (org.). **Direito do comércio internacional: aspectos fundamentais**. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Lex, 2014.

AMARAL JÚNIOR, Alberto do. **Curso de direito internacional público**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2015. *E-book*.

ARAÚJO, Nadia de. **Direito internacional privado**. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020. *E-book*.

CRETELLA NETO, José. **Curso de direito internacional econômico**. São Paulo: Saraiva, 2012.

DOMINGUES, Juliana Oliveira; OLIVEIRA, Cristina Godoy Bernardo de. **Direito econômico internacional**. Curitiba: InterSaberes, 2017. Disponível em: <http://unisinoss.br/biblioteca>. Acesso em: 16 jul. 2019. *E-book*.

SOUSA, José Meireles de. **Fundamentos do comércio internacional**. São Paulo: Saraiva, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AZEVEDO, Roberto. **DG Roberto Azevêdo: a system of rules-based trade is essential for growth and development: [speech]**. [S. l.]: World Trade Organization, 2019. Disponível em: https://www.wto.org/english/news_e/spra_e/spra262_e.htm. Acesso em: 24 maio 2019.

DEL'OLMO, Florisbal de Souza; JAEGER Junior, Augusto. **Curso de Direito Internacional Privado**. 12. ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense, 2017. *E-book*.

LOURES, Alexandre; FIGUEIREDO, Erik. Uma nota sobre o impacto do comércio internacional no crescimento de economias em desenvolvimento. **Revista Brasileira de Economia**, Rio de Janeiro, v. 71, n. 4, p. 453-461, dez. 2017. ISSN 1806-9134. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rbe/article/view/65699>. Acesso em: 17 jan. 2018.

LUZ, Rodrigo. **Comércio internacional e legislação aduaneira**. 7. ed. Salvador: Editora JusPodivm, 2018.

MESQUITA, Paulo Estivallet. **A Organização Mundial do Comércio**. Brasília, DF: FUNAG, 2013.

OLIVEIRA, Susan Elizabeth Martins Cesar de. **Cadeias globais de valor e os novos padrões de comércio internacional: estratégias de inserção de Brasil e Canadá**. Brasília, DF: FUNAG, 2015.

RAINELLI, Michel. **Comércio Internacional**. Tr. Sonia Augusto. Barueri, SP: Manole, 2004. Tradução de: *Le Commerce international*. (Entender o mundo, v. 7).

THORSTENSEN, Vera; OLIVEIRA, Luciana M. de. (coord.). **Releitura dos acordos da OMC: como interpretados pelo Órgão de Apelação**. São Paulo: VT Assessoria Consultoria e Treinamento, 2013. Disponível em: <https://ccgi.fgv.br/pt-br/projeto-releitura>. Acesso em: 13 ago. 2018.

TIMM, Luciano Benetti; RIBEIRO, Rafael Pellegrini; ESTRELLA, Angela T. Gobbi. **Direito do comércio internacional**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009. (Série FGV jurídica).

UNDERSTANDING the WTO. [S. l.]: WTO, [2018?]. Disponível em: https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/tif_e.htm. Acesso em: 09 dez. 2018.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Seminários sobre Legislação aplicada em Gestão

Semestre: 2020/2

Carga horária: 15hs Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104406

Professor: Prof. Dr. Éderson Garin Porto

EMENTA

O Direito na Economia e a Economia no Direito: percursos de reformulação dos postulados do positivismo jurídico rumo à constitucionalização do Direito. As transformações do Estado e os reflexos da globalização econômica. Integração econômica e Direitos Humanos. A organização e as transformações econômicas recentes. O Direito de Empresa e a responsabilidade do administrador. A disciplina legal das sociedades empresárias sob uma perspectiva de Direito & Economia. A Gestão e as novas tecnologias: o exemplo privilegiado das nanotecnologias. O novo perfil da inovação: do triângulo de Sábato à tríplice hélice de Etzkowitz. A inovação como um processo de Gestão. Legislação brasileira aplicável à gestão da inovação (Lei de Inovação, Lei do Bem, PADIS, legislação gaúcha sobre inovação). O Manual de OSLO.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Introdução ao Direito. Análise Econômica do Direito;

Direito do Trabalho e Empresa;

Contratos;

Responsabilidade Civil e Análise Econômica do Direito;

Inovação, Direito e Economia;

Tributação da empresa e dos negócios;

Processo Judicial e Arbitragem: métodos de resolução de conflitos;

Direito Societário, Falimentar e Recuperação de Empresas;

Storytelling.

OBJETIVOS

A atividade acadêmica objetiva proporcionar ao mestrando uma visão abrangente da legislação brasileira com foco na solução de casos práticos, proporcionando uma reflexão crítica dos temas suscitados.

METODOLOGIA

Aula expositiva / case method / sala de aula invertida com o protagonismo do mestrando.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARBOSA, D. B. **Direito da inovação** (comentários à Lei 10.973/2004, Lei Federal da Inovação). 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011.

COOTER, R.; ULEN, T. **Direito & economia**. 5. ed. Tradução de Luis Marcos Sander; Francisco Araújo da Costa. Porto Alegre: Bookman, 2010.

GRAU, E. R. **A ordem econômica na Constituição de 1988**. 14. ed. São Paulo: Malheiros, 2010.

PORTO, Éderson Garin. **Manual jurídico da startup**. 2. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2019.

SZTAJN, R. Externalidades e custos de transação: a redistribuição de direitos no novo código civil. **Revista de Direito Privado**, São Paulo, v. 6, n. 22, p. 250-276, abr./jun. 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BENETTI, D. V. N. Propriedade intelectual como instrumento de desenvolvimento socioeconômico e tecnológico. In: BOFF, S. O.; PIMENTEL, L. O. (org.). **Propriedade intelectual, gestão da inovação e desenvolvimento: patentes, marcas, software, cultivares, indicações geográficas: núcleos de inovação tecnológica**. Passo Fundo: IMED, 2009. p. 42-55.

BENJAMIN, A. H. de V.; BESSA, L. R.; MARQUES, C. L. **Manual de proteção do consumidor**. São Paulo: RT, 2014.

COIMBRA, R. **Direito do trabalho I**. São Paulo: LTr, 2014.

DICKEN, P. **Mudança global**: mapeando as novas fronteiras da economia mundial. 5. ed. Tradução de Teresa Cristina Felix de Sousa. Porto Alegre: Bookman, 2010.

DRUCKER, P. **Tecnologia, administração e sociedade**. Tradução de Bruno Alexander; Luiz Otávio Talu. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

ENGELMANN, W. As nanotecnologias e a gestão transdisciplinar da inovação. *In*: ENGELMANN, W. (org.). **As novas tecnologias e os direitos humanos**: os desafios e as possibilidades para construir uma perspectiva transdisciplinar. Curitiba: Honoris Causa, 2011. p. 297-336.

ENGELMANN, W. Nanotechnology, law and innovation. Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2011.

ENGELMANN, W.; FLORES, A. S.; WEYERMÜLLER, A. R. Nanotecnologias, marcos regulatórios e direito ambiental. Curitiba: Honoris Causa, 2010.

ETZKOWITZ, H. **Hélice tríplice**: universidade-indústria-governo: inovação em movimento. Tradução de Cristina Hintz. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.

REIS, D. R. dos. **Gestão da inovação tecnológica**. Barueri: Manole, 2004.

SEIFFERT, M. E. B. **Gestão ambiental**: instrumentos, esferas de ação e educação ambiental. São Paulo: Atlas, 2010.

SEM, A. Ética da empresa e desenvolvimento econômico. *In*: CORTINA, A. (org.). **Construir confiança**: ética da empresa na sociedade da informação e das comunicações. Tradução de Alda da Anunciação Machado. São Paulo: Loyola, 2007. p. 39-54.

TEUBNER, G. The corporate codes of multinationals: company constitutions beyond corporate governance and co-determination. *In*: NICKEL, R. (ed.). **Conflict of laws and laws of conflict in Europe and beyond**: patterns of supranational and transnational juridification. Oxford: Hart, 2009. p. 1-10.

TIMM, L. B. Ainda sobre a função social do direito contratual no Código Civil brasileiro: justiça distributiva versus eficiência econômica. *In:* TIMM, L. B. **Direito & economia**. 2. ed. rev. e atual. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2008. p. 63-96.

TIMM, L. B. Direito, economia e a função social do contrato. *In:* TIMM, L. B.; MACHADO, R. B. (coord.). **Função social do direito**. São Paulo: Quartier Latin, 2009. p. 173-195.

WEYERMÜLLER, A. R. **Água e adaptação ambiental**: o pagamento pelo seu uso como instrumento econômico e jurídico de proteção. Curitiba: Juruá, 2014.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Pesquisa e Desenvolvimento de Novos Produtos e Serviços

Semestre: 2020/2

Carga horária: 30h Créditos: 2

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104398

Professor: Prof. Dr. Guilherme Trez

Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca

EMENTA

Métodos e técnicas de pesquisa de marketing e de design para a identificação de oportunidades de novos produtos. Análise dos processos de concepção de novos conceitos de produto. Etapas do processo de desenvolvimento de novos produtos em uma perspectiva integrada de marketing. Projeto de produtos e serviços em contextos que buscam a criação de diferenciais competitivos sustentáveis com base na teoria dos recursos. A relação da estrutura organizacional com o processo de desenvolvimento de produtos e serviços. Análise da interfuncionalidade no desenvolvimento e gestão de produtos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Contexto de marketing estratégico: Qual a perspectiva de marketing no processo de criação de valor?
- A etnografia orientada para o mercado
- Perspectivas de valor para o cliente. O que é valor para o cliente?
- Aprendizagem sobre mercados: de big data para thick data
- Perspectiva da estrutura de marketing para a implementação Como a organização de marketing impacta a geração de valor do negócio?
- Materialização da vantagem competitiva pela diferenciação de produto. A relação Marketing – Design
- Gestão de produto. Caso Natura
- Métricas de marketing

METODOLOGIA

Aula expositivo-dialogada. Discussão de casos práticos.

AVALIAÇÃO

20% | Individual | Participação Criticidade, consistência e evidências de leitura nas contribuições em sala de aula Participação ativa nos trabalhos práticos de aula Presença 80% | EVENTO + Material de apoio

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ABBOTT, M.; HOLLAND, R.; GIACOMIN, J.; Shackleton, J. Changing affective content in brand and product attributes. **Journal of Product & Brand Management**, [s. l.], 2009.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Natura CO in Beauty and Personal Care**. [S. l.]: Euromonitor International, Dec. 2017. Disponível em: <https://www.euromonitor.com/natura-cosmeticos-sa-in-beauty-and-personal-care/report>.

AUSTIN, R. D.; BEYERSDORFER, D. Bang & Olufsen: design driven innovation. **Harvard Business School**, [s. l.], 18, 2007.

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

DE FRANCESCHI, Pietro. **Modelagens preditivas de churn: o caso do Banco do Brasil**. 2019. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2019. Disponível em: http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/9087/Pietro%20Reinheimer%20de%20Franceschi_.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

FISCHER; CASTILHOS; FONSECA. Entrevista qualitativa na pesquisa em marketing e do consumidor: abordagens paradigmáticas e orientações. **REMARK**, [s. l.], v. 13, n. 4, 2014.

GUPTA, S. Creating customer value. **Harvard Business Publishing**, [s. l.], p. 1-24, 2014.

KOSKULL, Catharina. Increasing rigor and relevance in service research through ethnography. **Journal of Services Marketing**, [s. l.], v. 34, n. 1, 2020.

KRUCKEN, L. Ecovisões sobre Design e Território. Ecovisões projetuais: pesquisa em design e sustentabilidade no Brasil. São Paulo: Blücher, 2017.

McCABE, Maryann; DENNY, Rita. **Anthropology in consumer research**. [S. l.]: Oxford Research Encyclopedia, 2019.

MOORMAN, C.; Day, G. S. Organizing for marketing excellence. **Journal of Marketing Development and Competitiveness**, [s. l.], v. 80, n. 6, p. 6-35, 2016.

MORGAN, N. A. Marketing and business performance. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [s. l.], 2012.

PAYNE, A.; FROW, P.; EGGERT, A. The customer value proposition: evolution, development, and application in marketing. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [s. l.], v. 45, n. 6, p. 467-489, 2017.

SCHOUTEN, J. W.; McALEXANDER, J. Subcultures of consumption: an ethnography of the new bikers. **Journal of Consumer Research**, [s. l.], v. 22, n. 1, 1995.

THOMPSON, Craig. The ‘big data’ myth and the pitfalls of ‘thick data’ opportunism: on the need for a different ontology of markets and consumption. **Journal of Marketing Management**, [s. l.], v. 35, 2019.

VERGANTI, R. Design as brokering of languages: Innovation strategies in Italian firms. **Design management journal**, [s. l.], v. 14, n. 3, p. 34-42, 2003.

VERGANTI, R. Innovating through design. **Harvard business review**, [s. l.], v. 84, n. 12, p. 114, 2006.

VERHOEF, P. C.; LEMON, K. N. Successful customer value management: key lessons and emerging trends. **European Management Journal**, [s. l.], v. 31, n. 1, p. 1-15, 2013.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ANDERSON, J.; NARUS, J.; VAN ROSSUM, W. **Customer value propositions in business markets**. [s. l.]: Harvard Business Review, 2006.

LANDROGUEZ, S. M.; CASTRO, C. B.; CEPEDA-CARRIÓN, G. Developing an integrated vision of customer value. **Journal of Services Marketing**, [s. l.], v. 27, n. 3, p. 234-244, 2013.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Seminário de Inovação e Sustentabilidade

Semestre: 2020/2

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 104404

Professor: Prof. Dr. Luciano Barin Cruz

EMENTA

Gestão da inovação a partir de casos e de práticas empresariais, enfatizando e discutindo criticamente as questões relativas à sustentabilidade social e ambiental. Instrumentalização para a promoção de ações voltadas à inovação e à sustentabilidade em ambientes organizacionais.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Desenvolvimento Sustentável: Ética individual, organização responsável, sociedade sustentável
- Inovar para ser responsável: A perspectiva da Responsabilidade Social Corporativa de tipo Estratégica
- Estratégias na Base da Pirâmide
- Relação com comunidades locais: Inovar para ‘social acceptability’

METODOLOGIA

As aulas estão sustentadas numa aprendizagem teórica-vivencial. A leitura prévia dos textos indicados é fundamental para o aproveitamento dos seminários, das aulas expositivas-dialogadas, dos estudos de caso e das dinâmicas de grupo.

AVALIAÇÃO

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BOWEN, F.; NEWENHAM-KAHINDI, A.; HERREMANS, I. **Engaging the community: a systematic review**. London, Canada: RNBS, 2008. (knowledge project series, v. 1, n. 1). Disponível em: <https://www.comite21quebec.org/wp-content/uploads/2015/09/NBS-Systematic-Review-Community-Engagement.pdf>.

HART, S. L.; SIMANIS, E. Innovation from the inside out. **MIT Sloan Management Review**, [s. l.], v. 50, n. 4, p. 76-88, 2009.

PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. **Strategy & society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility**. [s. l.]: Harvard Business Review, Dec. 2006.

PORTER, M. E., KRAMER, M. R. Creating shared value. **Harvard Business Review**, [s. l.], p. 62-77, 2011.

SACHS, J. D. Why some countries fail to thrive? *In*: SACHS, J. D. **The end of poverty: economic possibilities for our time**. London: Penguin Books, 2005. p. 51-73.

RIDDELL, Darcy; MOORE, Michele-Lee. **Scaling out, scaling up, scaling deep: advancing systemic social innovation and the learning processes to support it**. [S. l.]: McConnell Family Foundation; Tamarack Institute, Oct. 2015.

SEN, A. The perspective of freedom. *In*: **Development as freedom**. New York: First Anchor Books, 1999. p. 13-34.

SENGE, P. M.; LICHTENSTEIN, B. B.; KAEUFER, K.; BRADBURY, H.; CARROLL, J. S. Collaborating for systemic change. **Sloan Management Review**, [s. l.], v. 48, n. 2, p. 44-53, 2007.

WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT. **Our common future**. New York: Oxford University Press, 1987.

YUNUS, M., MOINGEON, B., LEHMANN-ORTEGA, L. Building social business models: lessons from the grameen experience. **Long Range Planning**, [s. l.], v. 43, n. 2/3, p. 308-325, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARIN CRUZ, Luciano; COLOMBO, J. Energy, poverty and the market: the CSR strategy of coelce in Brazil. **Revue Internationale de Cas en Gestion**, [s. l.], v. 9, p. 1-20, 2011.

BENSALAH, L.; BARIN CRUZ, L.; LAMBERT, M-R. Challenging an industry: the rise and fall of Téo Taxi. **International Journal of Case Studies in Management**, [s. l.], v. 17, n. 2, p. 1-17, 2019.

LAMBERT, M. R.; BARIN CRUZ, L. Can one size fit all? The case of ACEM and community credit. **International Journal of Case Studies in Management**, [s. l.], v. 16, n. 2, p. 1-16, 2018.

REINHARDT, Forest; CASADESUS-MASANELL, Ramon; KIM, Hyun Jin. Cas Patagonia. **Havard Business Case**, [s. l.], p. 1-29, Oct. 2010.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Tópicos Especiais em Gestão e Negócios I - Competitive Intelligence and Strategy for companies and/or organizations

Semestre: 2020/2

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 107419_T04

Professor: Prof. Dr. Olivier Coussi

EMENTA

Apresentação de temas novos ou emergentes da área de gestão e negócios, a partir dos resultados de pesquisas dos professores do programa e de professores visitantes, abordando assuntos afins aos temas da área de Gestão e Negócios e conteúdos relacionados às linhas de atuação do Programa não contemplados nas demais atividades acadêmicas do programa.

Ementa específica:

This course provides an overview of how competitive intelligence works, including some of the techniques used to conduct competitive intelligence and in-depth coverage about competitive intelligence specific techniques and models used as well as CI Systems. The 4 pillars of Competitive Intelligence will be cover: watching the pertinent environment, influencing the environment, protecting the immaterial assets and managing the collective intelligence.

At the end of the course, the students will be able to produce a first evaluation of any companies or organization in terms of Competitive Intelligence performance.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Key ideas for Competitive Intelligence;
- Watching your pertinent environment (part 1);
- Managing the collective intelligence & Influencing your environment;
- Watching your pertinent environment (part 2) & Application;
- Student Evaluation & Conclusion.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Material disponibilizado pelo professor.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Oficina de Elaboração de Estudos de Casos

Semestre: 2020/2

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121637

Professor: Profa. Dra. Kadigia Faccin

EMENTA

Estrutura e o processo de redação de relatos de situações da vida organizacional, construídos com propósitos educacionais específicos. Discussão do uso de casos de ensino para aprendizagem e compartilhamento de experiências, tipologias de casos de ensino, a estrutura de apresentação de casos de ensino, retórica, a forma de exposição teórica do assunto relativo ao caso e as dinâmicas de discussão do caso de ensino.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- O que é um Caso de Ensino e como identificar dilemas
- Elementos Chave para excelência na escrita de Casos de Ensino
- A Redação do Caso de Ensino e a importância dos dados de suporte
- Notas de Ensino e Aplicação de Casos de Ensino

OBJETIVOS

- Reconhecer Casos de Ensino como alternativas pedagógicas para diferentes capacitações em sala de aula ou em organizações.
- Reconhecer como potenciais dilemas da vida de praticante podem ser utilizados para construção de casos de ensino.
- Escrever um caso de ensino para publicação.
- Catalogar casos de ensino para a base de dados da EGN.

METODOLOGIA

A oficina prevê que em toda aula aconteça uma discussão sobre tópicos e ferramentas relevantes para a construção de um caso de ensino. Além da discussão, um processo de mentorias individuais e coletivas prevê melhorias contínuas no processo de escrita do caso a cada encontro. A metodologia baseia-se no princípio da ação-reflexão-ação.

AVALIAÇÃO

Nesta oficina a avaliação é concebida como um processo, onde a evolução e o aprendizado auferido em cada aula são levados em conta. 50% do processo avaliativo é relativo a participação das aulas e ao atendimento das tarefas processuais da disciplina enquanto os outros 50% são auferidos pelo produto final (caso de ensino).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ANDERSEN, E.; SCHIANO, B. **Teaching with cases: a practical guide**. Boston: Harvard Business Review Press, 2014.

ALBERTON, A.; SILVA, A. da. Como escrever um bom caso para ensino? Reflexões sobre o método. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 5, p. 745-761, set./out. 2018. Disponível em: www.rac.anpad.org.br.

AUSTIN, J.; HESKETT, J.; BARTLETT, C. **Key elements for excellence in classroom cases and teaching notes**. [S. l.]: Harvard Business School, 2015.

BRINDGAMAN, T.; CUMMIGS, S.; McLAUGHLIN, C. Re-stating the case: how revisiting the development of the case method can help us think differently about the future of the business school. **Academy Of Management Learning & Education**, [s. l.], v. 15, n. 4, p. 4724-4741, Dec. 1, 2016.

GILL, T. G. **Informing with the case method: guidelines for case method research, writing and facilitation**. Santa Rosa, [S. l.], Informing Science Press, 2011.

KENNEDY SCHOOL OF GOVERNMENT. **Learning by Case Method**. [S. l.]: Case Program, ano. Disponível em: https://case.hks.harvard.edu/content/1136_0.pdf.

KESTER, G. W. Reflections on thirty years of using the case method to teach finance. **Advances in Financial Education**, [s. l.], v. 9, p. 62-80, 2011.

PITT, N.; CRITTENDEN, V.; PLANGGER, K.; HALVORSON, W. Case teaching in the age of technological sophistication. **Journal of the Academy of Business Education**, [s. l.], v. 13, p. 77-94, 2012.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. Casos de ensino em administração: notas sobre a construção de casos para ensino. **RAC**, [s. l.], v. 11, n. 2, p. 213-234, abr./jun. 2007.

TREJO-PECH, C.; WHITE, S. The use of case studies in undergraduate business administration. **RAE: revista de administração de empresas**, [s. l.], v. 57, n. 4, p. 342-356, jul./ago. 2017.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Movimentos de Mercado e Estratégias de Marketing

Semestre: 2020/2

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121603

Professor: Prof. Dr. Guilherme Trez

Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca

EMENTA

Compreensão sobre os movimentos de mercado e as respectivas estratégias de marketing em um contexto marcado por mudanças. Para tanto, parte-se de uma perspectiva mais ampla sobre as diferentes lógicas e práticas que permeiam e constituem a formação de um mercado. Em seguida, discute-se as possíveis respostas de marketing das organizações em termos de criação, entrega e comunicação de valor. A ênfase da atividade está na relação co-constitutiva entre as práticas de marketing (o fazer estratégico da área) e as práticas de mercado (o sistema de dinâmicas de desenvolvimento e legitimação de um dado mercado). Espera-se que os participantes desenvolvam competências não só para analisar criticamente a relação entre teoria e prática, mas também para inovar na oferta de produtos e serviços.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- A organização de marketing e performance
- Market System Dynamics (Formação de Mercados)
- Customer Value Proposition
- Consumer Culture Theory
- Marketing Metrics - Interface Marketing e finanças

METODOLOGIA

Aula expositiva dialogada. Discussão de casos.

AVALIAÇÃO

Artigo individual – 70%

Participação em aula – 30%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARNOULD, E.; THOMPSON, C. Consumer culture theory: twenty years of research. **Journal of Consumer Research**, [s. l.], v. 31, n. 4, p. 868-882, 2005.

AUSTIN, R. D.; BEYERSDORFER, D. Bang & Olufsen: design driven innovation. **Harvard Business School**, [s. l.], 18, 2007.

EDELING, A.; SRINIVASAN, S.; HANSSENS, D. M. The marketing–finance interface: a new integrative review of metrics, methods, and findings and an agenda for future research. **International Journal of Research in Marketing**, [s. l.], 2020.

GIESLER, M.; FISCHER, E. Market system dynamics. **Marketing Theory**, [s. l.], v. 17, p. 1-6, 2017

HANSSENS, D. M., THORPE, D.; FINKBEINER, C. Marketing when customer equity matters. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 86, n. 5, 117, 2008.

HUMPHREYS, A. Megamarketing: the creation of markets as a social process. **Journal of Marketing**, [s. l.], v. 74, n. 2, p. 1-19, 2010.

KJELLBERG, H.; HELGESSON, C. F. On the nature of markets and their practices. **Marketing Theory**, [s. l.], v. 7, n. 2, p. 137-162, 2007.

MOORMAN, C.; DAY, G. S. Organizing for marketing excellence. **Journal of Marketing**, [s. l.], v. 80, n. 6, p. 6-35, 2016.

MU, J.; BAO, Y.; SEKHON, T.; QI, J.; LOVE, E. Outside-in marketing capability and firm performance. **Industrial Marketing Management**, [s. l.], v. 75, p. 37-54, 2018.

PAYNE, A.; FROW, P.; EGGERT, A. The customer value proposition: evolution, development, and application in marketing, **Journal of the Academy of Marketing Science**, [s. l.], v. 45, n. 6, p. 1-23, 2017.

RUST, R. T., MOORMAN, C., BHALLA, G. Rethinking marketing. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 88, n. 1/2, p. 94-101, 2010.

SAHAKIAN, M.; WILHITE, H. Making practice theory practicable: towards more sustainable forms of consumption. **Journal of Consumer Culture**, [s. l.], v. 14, n. 1, p. 25-44, 2014.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ASKEGAARD, S.; LINNET, J. T. Towards an epistemology of consumer culture theory: Phenomenology and the context of context. **Marketing Theory**, [s. l.], v. 11, n. 4, p. 381-404, 2011.

CASTILHOS, R.; FONSECA, M. Do olhar para o indivíduo à perspectiva de sistemas de mercado: uma análise dos distintos focos de estudo e o futuro da pesquisa em CCT. *In*: PINTO, M.; BATINGA, G. (org.). **Cultura e consumo no Brasil: estado atual e novas perspectivas**. Belo Horizonte: Ed. PUC Minas, 2018.

DI BENEDETTO, C. A.; KIM, K. H. Customer equity and value management of global brands: bridging theory and practice from financial and marketing perspectives: introduction to a Journal of Business Research Special Section. **Journal of Business Research**, [s. l.], v. 69, n. 9, p. 3721-3724, 2016.

EGGERT, A.; ULAGA, W.; FROW, P.; PAYNE, A. Conceptualizing and communicating value in business markets: from value in exchange to value in use. **Industrial Marketing Management**, [s. l.], v. 69, p. 80-90, 2018.

MARTIN, D.; SCHOUTEN, J. Consumption-driven market emergency. **Journal of Consumer Research**, [s. l.], v. 4, Feb. 2013.

Morgan, N. A. Marketing and business performance. **Journal of the academy of marketing science**, [s. l.], v. 40, n. 1, p. 102-119.

THE CMO SURVEY REPORT. **Covid-19 and the state of marketing**. [S. l.]: The CMO Survey, June 2020.

WIESEL, T., SKIERA, B.; VILLANUEVA, J. Customer equity: an integral part of financial reporting. **Journal of Marketing**, [s. l.], v. 72, n. 2, p. 1-14, 2008.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Inovação e Negócios Sustentáveis

Semestre: 2020/2

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121601

Professor: Prof. Dr. Alsones Balestrin

EMENTA

Conceitos fundamentais da inovação; Gestão dos processos de inovação; Organizações inovadoras e processos de inovação; Sistemas de Ciência, Tecnologia e Inovação; Projetos de inovação tecnológica e seus impactos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Bases da inovação;
- Gestão da inovação;
- Inovação aberta, colaborativa e em rede;
- Inovação em modelos de negócios;
- Ambientes e Contextos de Inovação.

METODOLOGIA

AVALIAÇÃO

Participação em Aula, Apresentação e Discussão de Case 30%

Avaliação Individual 40%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARCZAK, G.; KAHN, K. Identifying new product development best practice. **Business Horizons**, [s. l.], v. 55, p. 293-305, 2012.

BLANK, STEVE. **Why the lean start-up changes everything**. [S. l.]: Harvard Business Review, May 2013.

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

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

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.

GRÖNLUND, J; SJÖDIN, D. R.; FRISHAMMAR, J. Open innovation and the stage-gate process: a revised model for new product development. **California Management Review**, [s. l.], v. 52, n. 3, spring 2010.

HEATON, S.; SIEGEL, D.; TEECE, D. J. Universities and innovation ecosystems: a dynamic capabilities perspective. **Industrial and Corporate Change**, [s. l.], p. 1-19, 2019.

MARTINS, B. V.; FACCIN, K.; ESPINDULA, E.; BALESTRIN, A. Understanding innovation ecosystems: a biomimetic approach. **Revue Internationale d'Intelligence Économique**, [s. l.], v. 11, p. 11-29, 2019.

NONAKA, I; KODAMA, M; HIROSE, A; KOHLBACHER, F. Dynamic fractal organizations for promoting knowledge-based transformation – a new paradigm for organizational theory. **European Management Journal**, [s. l.], 2013.

SALTER, A.; ALEXY, O. The nature of innovation. *In*: DOGDGSON, M.; GANN, D. M.; PHILLIPS, N. **The Oxford handbook of innovation management**. Oxford: Oxford University Press. 2015. Cap. 2.

VOLKMER MARTINS, B.; FACCIN, K.; MOTTA, G. DA S.; BERNARDES, R.; BALESTRIN, A. Evolução e tendências da agenda de pesquisa internacional em inovação. **RAE**-revista de administração de empresas, [s. l.], v. 59, n. 4, p. 293-307, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRANDWEIN, N. J. **WeWork** – service excellence through business model innovation. [S. l.]: INSEAD, 2019. Case study.

BUELL, R. W.; OTAZO, A. **IDEO: Human-Centered Service Design**. [S. l.]: Harvard Business School Publishing, Jan. 2016.

BUENO, B.; BALESTRIN, A. Inovação colaborativa: uma abordagem aberta no desenvolvimento de novos produtos. **RAE**, [s. l.], v. 52, p. 517-530, 2012.

CHESBROUGH, H.; BOGERS, M.; STRAND, R. **Sustainability through open innovation: Carlsberg and the green fiber bottle**. [S. l.]: Berkeley-Haas Case Series, Oct. 2018.

FRØLUND, L.; MURRAY, F.; RIEDEL, M. Developing successful strategic partnerships with universities. **MIT Sloan Management Review**, [s. l.], v. 59, n. 2, winter 2018

GIROTRA, K.; NETESSINE, S. Four Paths to Business Model Innovation. **Harvard Business Review**, [s. l.], July/Aug. 2014.

JIN, B. E.; SHIN, D. C. Changing the game to compete: innovations in the fashion retail industry from the disruptive business model. **Business Horizons**, [s. l.], v. 63, p. 301-311, 2020.

NAGANO, M. S.; STEFANOVITZ, J. P.; VICK, T. E. Innovation management processes, their internal organizational elements and contextual factors: an investigation in Brazil. **Journal Engineering and Technology Management**, [s. l.], v. 33, p. 63-92, 2014.

NAMBISAN, S.; LYYTINEN, K.; YOO, Y. Digital innovation: towards a transdisciplinary perspective. Cap. 1, Introduction. *In*: NAMBISAN, A.; KEITHLEY, N.; KEITHLEY, J. Handbook of digital innovation. [S. l.]: E-Elgar, 2020.

OSLO Manual 2018: guidelines for collecting, reporting and using data on innovation. 4th ed. Paris: OECD Publishing; Luxembourg: Eurostat, 2019. (The measurement of scientific, technological and innovation activities).

ORAZBAYEVA, B. **Siemens research cooperation with universities**: strategic university relations strengthening Siemens' ingenuity. Munich: Siemens AG, [2020?]. Disponível em: <https://ub-cooperation.eu/index/casestudies>. Acesso em: ago. 2020.

WOOLLEY, R. **AREA Science Park**: developing the economic system of enterprises through innovation and technological research. Trieste: AREA Science Park: Innovation Factory, [2020?]. Disponível em: <https://ub-cooperation.eu/index/casestudies>. Acesso em: ago. 2020.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Temas emergentes em Gestão de Pessoas

Semestre: 2020/2

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121600

Professor: Profa. Dra. Patrícia Martins Fagundes Cabral

EMENTA

Temas emergentes na área de Gestão de Pessoas, suscitando a discussão sobre suas repercussões na prática organizacional, bem como os desafios gerenciais mobilizados. Neste sentido, os conteúdos versam, por exemplo, sobre: tendências em Gestão Estratégica de Pessoas; o conceito de Trabalho Digno nas relações de trabalho contemporâneo; a necessária apropriação, pela área de Recursos Humanos, de tecnologias como digitais (Big Data, Business Analytics, Business Intelligence), que impactam nos processos organizacionais, sobretudo em tomadas de decisão.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Contextualização da Gestão de Pessoas na pesquisa e na prática
- Tendências em Gestão de Pessoas
- Vínculos e Sustentabilidade Organizacional
- Gestão Remota de Pessoas e de Equipes
- Apresentação de Situações Problemas em Gestão de Pessoas
- Soluções em Gestão de Pessoas

METODOLOGIA

Encontros sustentados numa aprendizagem teórica-vivencial, de caráter sistêmico e interdisciplinar, em ambiente presencial ou remoto. A leitura prévia dos textos indicados é fundamental para o aproveitamento dos encontros, tendo em vista que um dos objetivos principais da Unidade Temática é a discussão aprofundada dos temas em questão, nos distintos espaços de aprendizagem. O

protagonismo do aluno na participação/construção das aulas (presenciais ou remotas) é a base para o processo de aprendizagem individual e coletivo.

AVALIAÇÃO

As formas de avaliação envolverão tanto a dimensão individual quanto a coletiva, e deverão contemplar a participação nas atividades realizadas em aula. Em princípio, estima-se: Trabalhos em Grupo = 5,0 ; Trabalhos individuais = 5,0

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FLORENT-TREACY, Elizabeth *et al* (ed.). **Journeys through the organizational labyrinth: a psychodynamic look at leadership identities and transitions: the annals of psychodynamic-systemic practitioner research**. Paris: INSEAD, 2016. v. 1. Disponível em: https://www.insead.edu/sites/default/files/assets/dept/mp/emccc/docs/EMCCC_Annals_Vol1_01032018.pdf.

BERMÚDEZ, Héctor L. Perspectivas contemporáneas de la administración estratégica de recursos humanos. **Cuadernos de Administración**, [s. l.], Universidad del Valle, v. 30, n. 52, jul./ dic. 2014.

BIANCHI, E. M. P. G; QUISHIDA, A.; FORONI, P. G. Atuação do líder na gestão estratégica de pessoas: reflexões, lacunas e oportunidades. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, art. 3, p. 41-61, jan./fev. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac2017150280>.

CARVALHO NETO, A.; AMORIM, W. A. C. de; FISCHER, A. L. Top human resources managers views on trade union action in brazilian corporations. **BAR**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 4, art. 2, e160066, Oct./Dec. 2016.

DEMO, Gisela; FOGAÇA, Natasha; COSTA, Ana Carolina. Políticas e práticas de gestão de pessoas nas organizações: cenário da produção nacional de primeira linha e agenda de pesquisa. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 250-263, abr./jun. 2018.

FERRARO, Tania; PAIS, Leonor; SANTOS, Nuno Rebelo dos. Decent work: an aim for all made by all. **International Journal of Social Sciences**, [s. l.], v. 4, n. 3, p. 30-42, 2015.

FERRARO, Tania; SANTOS, Nuno Rebelo dos; PAIS, Leonor; MÓNICO, Lisete. Historical landmarks of decent work. **European Journal of Applied Business Management**, [s. l.], v. 2, n. 1, p. 77-96, 2016. ISSN 2183-5594.

FREITAS JUNIOR, José Carlos da Silva; MAÇADA, Antonio Carlos Gastaud; BRINKHUES, Rafael Alfonso. Mobile technologies mediating conflict: a brazilian study on the relations between the use of technology at work and in personal life. *In: AMERICAS CONFERENCE ON INFORMATION SYSTEMS*, 21., 2015, Puerto Rico. **Proceedings** [...]. [S. l.]: AIS, 2015. Disponível em: <https://aisel.aisnet.org/amcis2015/EndUser/GeneralPresentations/16/>.

REIS, Germano Glufke; BORINI, Felipe Mendes, FLEURY, Maria Tereza Leme. Drivers of human resource management competences development in Brazilian multinational subsidiaries: a multilevel research. **Revista de Administração**, São Paulo, v.49, n. 3, p.519-533, jul./ago./set. 2014.

REWRITING the rules for the digital age. [S. l.]: Deloitte Global Human Capital Trends, 2017.

SOCIETY FOR HUMAN RESOURCE MANAGEMENT (SHRM). The SHRM Body of Competency and Knowledge. Alexandria: SHRM, 2018. *E-book*. Disponível em: <https://www.shrm.org/certification/Documents/SHRM-BoCK-FINAL.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2020.

VIDGEN, Richard; SHAW, Sarah; GRANT, David B. Management challenges in creating value from business analytics. **European Journal of Operational Research**, [s. l.], v. 261, p. 626-639, 2017.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Tópicos Especiais em Gestão e Negócios I - Estratégia Digital e as Cadeias de Valor

Semestre: 2020/2

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121613_T01

Professor: Prof. Dr. Luís Felipe Maldaner

Prof. Dr. Jose Antonio Valle Antunes Junior

EMENTA

Os negócios na forma tradicional como sempre se desenvolveram começam a receber forte influência do mundo digital, especialmente de plataformas digitais que se transformam em grandes redes de negócios e modificam a competição para modelos novos, diferentes dos modelos tradicionais. O desafio das empresas é entrar nesse novo mundo digital de forma a participar do ambiente competitivo com capacidade e aptidão tecnológica para ter possibilidade de obter a vantagem competitiva. Assim, o principal foco dessa disciplina é apresentar e discutir o novo patamar estratégico da competição global, tratando de temas como sociedade em rede e a comunicação nesse novo contexto. A competição no mundo digital, as plataformas digitais e suas repercussões nas cadeias de valor.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Serão tratados um conjunto de informações, trazendo os conceitos atuais do desenvolvimento digital e suas consequências no mundo dos negócios. Como conteúdos especiais serão discutidos os seguintes: Sociedade em Rede, tendo como base o livro de Manoel Castells e os novos modelos/formas de comunicação; A competição no mundo digital, e as plataformas digitais que estão mudando o relacionamento entre as empresas e a forma como os negócios acontecem; Adicionalmente será discutido o tema relacionado à Enterprise 4.0, baseado no livro do August-Wilhelm SCHEER (2019), (consta na lista de referências) e as consequências desse novo mundo digital nas cadeias de valor que passam a ter uma nova configuração.

AVALIAÇÃO

- Participação em aula nas discussões a partir do conteúdo apresentado pelo professor e discutido com os colegas.
- Para a participação é essencial a leitura prévia dos conteúdos indicados (leitura prévia para a segunda aula e posteriores).
- Ao final da disciplina os alunos deverão apresentar um artigo em formato acadêmico, entre 10 e 15 páginas, discorrendo sobre um dos temas estudados na disciplina.

Participação em sala de aula: A discussão franca e a apresentação de dúvidas e comentários sobre os temas de cada aula são importantes e valorizadas. O estímulo ao questionamento é permanente. Para tanto, a leitura prévia do conteúdo é absolutamente necessária. Sem leitura prévia, a discussão fica prejudicada, quando não é nula. Não existe questão, pergunta ou comentário que não deva ser feito pelos alunos. Caso a questão seja extemporânea, o professor apontará o fato, e a discussão será realizada em outro momento, mas isto não deve eximir ou intimidar os alunos para que façam seus comentários, perguntas observações, relato de experiências ou de casos conhecidos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

VON BERTALANFY, L. **Robots, Hombres e Mentes**. Madrid: Editora Guadarrama, 1974.

CASTELS, Manuel. *A Sociedade em Rede – Volume 1: A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*, Editora Paz e Terra, 1999.

- Capítulo 1 – A Revolução na Tecnologia da Informação;
- Capítulo 2 – A Economia Informacional e o Processo de

CASTELS, Manuel. *O Poder da Identidade. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*, Editora Paz e Terra, 1999.

- Capítulo 6 – A Política Informacional e a Crise da Democracia;

CASTELS, Manuel. *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial, Editora Paz e Terra, Madrid, 2009.

- Capítulo 1 – El Poder en La Sociedad Red
- Capítulo 2 – La Comunicación em la Era Digital

CHANDLER, Alfred. **O século eletrônico**: a história da evolução da indústria eletrônica e de informática, Rio de Janeiro: Editora Campus, 2002.

SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial**. São Paulo: Edipro; [S. l.]: World Economic Forum, 2016.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do caos**. São Paulo: Editora Vestígio, 2019.

GALLOWAY, Scott. **Os quatro**: Apple, Amazon, Facebook e Google – o segredo dos gigantes da tecnologia. São Paulo: Editora HSM, 2018.

GUPTA, Sunil. **Implantando estratégia digital**: guia para reinventar sua empresa. [S. l.]: Harvard Business Review Press; São Paulo: Editora M.Books, 2019.

HEPPELMANN, J. E.; PORTER, M. E. Como produtos inteligentes e conectados estão transformando a competição. **Harvard Business Review Brasil**, São Paulo, n. 92, nov. 2014.

MOREIRA, V. W.; VERSCHOORE FILHO, J. R. de S. Proposition of a framework for platform businesses based on conscious capitalism: an international validation. *In*: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 43., 2019, São Paulo. **Anais [...]**. Maringá: ANPAD, 2019.

ORSOLIN, Cristina Klingenberg. **Proposta de um framework para análise dos impactos da indústria 4.0 na cadeia de valor**. 2020. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção e Sistemas) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2020. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/9264>.

PARKER, Geoffrey G.; VAN ALSTYNE, Marshall W.; CHOUDARY, Sangeet Paul. **Plataforma**: a revolução da estratégia. Rio de Janeiro: Alta Books Editora. 2018.

ROGERS, David. **Transformação digital**: repensando o seu negócio para a era digital. São Paulo: Editora Autêntica Business, 2019.

SAMPAIO, Rafael. **A vantagem digital**: um guia prático para a transformação digital. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2018.

SCHEER, August-Wilhelm. **Enterprise 4.0 – from disruptive business model to the automation of business process**. [S. l.], AWSI Publishing: August-Eulhelm Scheer Institut, 2019. v. 2.

SHAUGHNESSY, H. Harnessing platform-based business models to power disruptive innovation. **Strategy & Leadership**, [s. l.], v. 44, n. 5, p. 6-14, 2016.

SNOWDEN, Edward. **Eterna vigilância**: como montei e desvendi o maior sistema de espionagem do mundo. São Paulo: Editora Planeta, 2019.

STREIBICH, Karl- Heinz. The digital enterprise: the moves and motives of the digital leaders. [S. l.], Software AG, 2014.

VAN ALSTYNE, M. W.; PARKER, G. G.; SHOUDARY, S. Pipelines, platforms, and the new rules of strategy. **Harvard Business Review**, [s. l.], p. 54-62, Apr. 2016.

ZENG, Ming. **Alibaba**: estratégia de sucesso. São Paulo: M. Books do Brasil; [S. l.]: Harbard Business Review Press, 2019.

ZHAO, Y.; VON DELFT, S., MORGAN-THOMAS, A.; BUCK, T. The evolution of platform business models: exploring competitive battles in the world of platforms. **Long Range Planning**, [s. l.], Available online, July 2019.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: Projeto de Intervenção em Organizações II

Semestre: 2020/2

Carga horária: 15h Créditos: 1

Área temática: Administração

Código da disciplina: 121606

Professor: Prof. Dr. Marcelo André Machado

Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca

EMENTA

Complementação do processo de geração de conhecimento, obtido nas atividades acadêmicas de base mais teórico-conceitual, a partir de uma perspectiva prática e aplicada. Análise de ambientes, identificação e análise de problemas por uma perspectiva multidisciplinar e proposição de alternativas de ação/solução que sejam inovadoras e sustentáveis.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Contemplar, em uma análise integrada, as perspectivas econômicas, estratégicas, comportamentais e científico-tecnológicas
- Incluir na análise os temas e as discussões que vêm sendo trabalhadas nas Atividades Acadêmicas do semestre
- Contemplar reflexão sobre o lugar de onde cada doutorando estabelece seu olhar de análise
- Análise deverá atender ao pressuposto fundamental do Programa Profissional, qual seja, orientar, de maneira consistente e embasada, a prática transformadora