

PROGRAMA DE ESTUDOS PÓS-GRADUADOS EM ADMINISTRAÇÃO

EMENTAS

DISCIPLINA FUNDAMENTOS E TÉCNICAS DE AVALIAÇÃO FINANCEIRA DE EMPRESAS

Disciplina Eletiva - Estratégia e Inovação – MESTRADO/ DOUTORADO

PROFESSOR José Odálio dos Santos

HORÁRIO 2ª Feira das 09:00 às 12:00 horas

EMENTA

Num contexto de crescente competitividade, em que freqüentemente ocorrem fusões, aquisições e privatizações, nenhuma área contábil-financeira tem sido tão palpitante quanto a avaliação de empresas. Ao avaliar uma empresa, objetivamos alcançar o valor justo de mercado, ou seja, aquele que representa, de modo equilibrado, a potencialidade econômica de determinada companhia. Entretanto, o preço do negócio somente será definido com base na interação entre as expectativas dos compradores e vendedores. Não existe um valor correto para um negócio. Cada agente estimará um valor, de acordo com a quantidade e qualidade das informações obtidas. Existem vários modelos de avaliação de empresas, devendo sua escolha considerar o propósito da avaliação e as características próprias do empreendimento. Eles podem ser classificados da seguinte forma: 1. técnicas comparativas de mercado; 2. técnicas baseadas em ativos e passivos contábeis ajustados; e 3. técnicas baseadas no desconto de fluxos de caixa futuros. Tais técnicas são apresentadas em detalhes ao longo deste curso.

OBJETIVO GERAL

A disciplina visa propiciar ao aluno uma sólida visão do processo detalhado de avaliação e determinação do valor de empresas, considerando, além das informações quantitativas, dados relacionados ao risco do negócio, como: administração, carteira de clientes, carteira de fornecedores, concorrência e riscos sistêmicos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Tenha uma sólida visão do risco do negócio;
2. Reforce seus conhecimentos sobre custo de capital, roic, noplat, lucro econômico e fluxos livres de caixa;
3. Domine as técnicas utilizadas para calcular o valor residual;
4. Saiba com projetar resultados em cenários diferenciados;
5. Entenda como fatores sistêmicos podem afetar o fluxo de caixa das empresas.

BIBLIOGRAFIA

SANTOS, J.O. Avaliação de Empresas – Cálculo e Interpretação do Valor das Empresas. Editora Saraiva, 2008

COPELAND, T, KOLLER, T. e MURRIN, J. Avaliação de Empresas. Makron Books. 2001.

BRIGHAM, E. F., GAPENSKI, L. C. e EHRHARDT, M. C. Administração Financeira. Editora Atlas 2001.

CORNELL, B. Corporate Valuation. Irwin. 1993

SANTOS, J. O. Análise de Crédito – Empresas e Pessoas Físicas - 2ª Edição, Editora Atlas, 2003

DISCIPLINA **DIDÁTICA E ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM**
Disciplina Obrigatória **DOUTORADO**
PROFESSOR A definir
HORÁRIO 2ª Feira das 12:45 às 15:45 horas

EMENTA

O conteúdo da disciplina visa o preparo e aprimoramento dos doutorandos para a prática docente através da instrumentalização teórica-prática de estratégias de ensino embasadas em abordagens didáticas-pedagógicas, que possibilitem a reflexão crítica do papel social do professor e seu compromisso com um processo de ensino-aprendizagem eficaz na capacitação profissional dos educandos e na sua realização social.

BIBLIOGRAFIA

BORDENAVE, J. D.; PEREIRA, A. M.; Estratégias de ensino-aprendizagem, 19. ed. Petrópolis: VOZES, 1998.
CARVALHO, D. C. A educação como projecto antropológico. Porto: Edições Afrontamento, 1992.
CARVALHO, I. M. O processo didático. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1987.
GARCIA, C. M. Formação de professores – para uma mudança educativa. Porto: Porto Editora, 1999.
MASETTO, T. M. Competência pedagógica do professor universitário. São Paulo: Summus, 2003.
MASETTO, T. M. Didática - A aula como centro. 4 ed. São Paulo: FTD, 1997.
MORAIS, R. O que é ensinar. São Paulo: EPU, 1980.
MORIN, E. Os sete saberes necessários à educação do futuro. São Paulo: Cortez, Brasília: UNESCO, 2000.
PERRENOUD, P. 10 novas competências para ensinar. Porto Alegre: Artemed, 1999.
TARDIF, M. Saberes docente e formação profissional. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

DISCIPLINA **EPISTEMOLOGIA DA ADMINISTRAÇÃO**
Disciplina Obrigatória **MESTRADO**
PROFESSOR Onésimo de Oliveira Cardoso
HORÁRIO 2ª Feira das 12:45 às 15:45 horas

EMENTA

Estudo das abordagens teóricas e epistemológicas suscitadas pelo conhecimento científico, na diversidade dos seus domínios, dos seus métodos e dos seus objetivos. Análise dessas abordagens no contexto da crise do pensamento e das suas implicações para a produção do conhecimento na área da Administração.

OBJETIVO

Possibilitar o domínio crítico dos discursos no âmbito da ciência e o desenvolvimento das competências necessárias para desconstruir e construir o conhecimento na área da Administração.

BIBLIOGRAFIA

- ALVES-MAZOTTI, A. J. & GEWANDSZNAJDER. **O Método nas Ciências Naturais e Sociais - pesquisa quantitativa e qualitativa**. São Paulo, Pioneira, 1998.
- ANDERY, Maria Amália. **Para Compreender a Ciência: Uma Perspectiva Histórica**. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, São Paulo, EDUC, 1996, 6ª edição revista e ampliada.
- BAUER, Ruben. **Gestão da Mudança - Caos e Complexidade nas Organizações**. São Paulo, Atlas, 1999.
- BLAUG, M. **Metodologia da Economia**. São Paulo, EDUSP, 1993.
- BRONZO, M. e GARCIA, F. C. **As Bases Epistemológicas do Pensamento Administrativo Convencional e a Crítica à Teoria das Organizações** In. Rodrigues, S. B. e Cunha, M. P. (org.) Estudos Organizacionais : novas perspectivas na administração de empresas - uma coletânea luso-brasileira. São Paulo: Iglu, 2000, p. 65-89
- BURRELL, Gibson e MORGAN, Gareth. **Sociological Paradigms and organisational analysis**, London, Heinemann, 1979.
- CARDOSO, Onésimo. **Ciência e tecnologia - um enfoque epistemológico**. In Revista Unicsul, Ano 2, nº 3, dezembro de 1997.
- _____. **Hipótese na pesquisa científica: conjecturas necessárias**. in Revista Unicsul, Ano 4, nº 5, abril de 1999.
- CHALMERS,AF. **O que é Ciência afinal?** São Paulo, Brasiliense, 1993.
- CHANLA T, J. F. **Ciências Sociais e management - reconciliando o econômico e o social**. São Paulo, Atlas, 2000.
- DEMO, Pedro. **Conhecimento Moderno - Sobre Ética e Intervenção do Conhecimento**. Petrópolis, Vozes. 1997
- _____. **Metodologia do Conhecimento**. São Paulo: Atlas, 2000 ,
- FEYERABEND, Paul. **Contra o Método**. Rio de Janeiro, Francisco Alves, 1975.
- _____. **Matando o Tempo - uma autobiografia**. São Paulo, Unesp, 1996.
- GENELOT, D. **Manager dans la complexité - réflexions à l'usage des dirigeants**. Paris, Insep Editions, 1992
- GLEICK, James. **Caos. A Construção de Uma Nova Ciência**. Lisboa, Gradiva, 1994.
- HANDBOOK DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS. **Modelos de Análise e Novas Questões em Estudos Organizacionais**. São Paulo, Atlas, Vol. 1, 1999.
- HORGAN, John. **O Fim da Ciência - uma discussão sobre os limites do conhecimento científico**. São Paulo, Companhia das Letras, 1998.
- JAPIASSU, Hilton. **A Crise da Razão e do Saber Objetivo. As Ondas do Irracional**. São Paulo, Editora Letras & Letras, 1996.
- KUHN, Thomas Samuel. **A Estrutura das Revoluções Científicas**. São Paulo, Perspectiva, 1975.
- LAKATOS, I & MUSGRAVE, Alan (org.) **A Crítica e o Desenvolvimento do Conhecimento**. São Paulo, Cultrix-Edusp, 1979.
- MORGAN, Gareth. **Beyond Method Strategies for Social Research**. Beverly Hills, London, New Nechi Sage Publications, 1983.
- MORIN, E. & LE MOINGNE, J. L. **A Inteligência da Complexidade**. São Paulo, Peirópolis, 2000.
- MORIN, E. **Introdução ao Pensamento Complexo**. Lisboa. Instituto Piaget, 1990
- NONAKA, I. e TAKEUCHI, H. **Criação de Conhecimento na Empresa**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- PENA-VEGA, A & NASCIMENTO, Elimar Pinheiro (orgs.) **O pensar complexo - Edgar Morin e a Crise da Modernidade**. Rio de Janeiro, Garamond, 1999.
- POPPER, Karl. **A Lógica da Pesquisa Científica**. São Paulo, Cutbix, 9ª edição, 1993.
- _____. **Conjecturas e Refutações**. Brasília, UNB, 3ª edição, 1994.

- _____. **Conhecimento Objetivo - Uma abordagem evolucionária.** EDUSP, São Paulo, 1975.
- PRIGOGINE, YL Y A. **O fim das certezas.** São Paulo, UNESP, 1996.
- _____. **A nova aliança.** Brasília, UNB, 1997.
- RUELLE, David. **Acaso e Caos.** São Paulo, UNESP, 1993.
- SANTOS, Boaventura. **A Crítica da Razão Indolente - contra o desperdício da experiência.** São Paulo, Cortez, volume 1, 2000.

DISCIPLINA	TEORIA DE FINANÇAS
Disciplina Eletiva - Estratégia e Inovação – MESTRADO/ DOUTORADO	
PROFESSOR	Rubens Famá
HORÁRIO	2ª Feira das 16:00 às 19:00 horas

EMENTA

O curso será desenvolvido objetivando que os alunos sejam capazes de conhecer e compreender os aspectos teóricos da administração financeira das empresas, convidando-os a refletir sobre eles. Para tanto, o professor atuará como facilitador e orientador dos mesmos. Ao mesmo tempo, aspectos práticos serão enfatizados, permitindo cotejá-los com a teoria de suporte

A metodologia que será adotada durante as aulas mostra que estas serão mistas, com a necessária participação do aluno.

Esta metodologia fundamenta-se no pressuposto de que o curso de pós-graduação stricto sensu não deve ser considerado uma recapitulação do curso de graduação e sim, um período de intenso questionamento e reflexão sobre os pontos a serem abordados.

Assim, as aulas serão desenvolvidas admitindo-se que os alunos tenham realizado uma leitura prévia dos pontos indicados no programa. A aferição desta leitura será feita mediante a realização de seminários por grupos de alunos em aulas previamente designadas.

A exposição da matéria será iniciada pelo professor dando lugar ao início dos debates. Na seqüência, sendo o caso, será apresentado seminário relativo ao assunto da aula.

BIBLIOGRAFIA

ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JAFFE, J. *Administração Financeira – Corporate Finance.* 2 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

BRIGHAM, E.F.; GAPENSKI, L.C.; EHRHARDT, M.C. *Administração Financeira – Teoria e Prática.* São Paulo: Atlas, 2001

FAMÁ, R.; LUCCHESI E. P. *O impacto das decisões de investimento das empresas no valor de mercado das ações negociadas na BOVESPA no período de 1996 a 2003.* São Paulo: RARUSP, 2007

FAMÁ, R.; BARROS, L. *O de Tobin e seu uso em finanças: aspectos metodológicos e conceituais.* Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo: v.7, n.4, outubro/dezembro 2000. *(disponível em <http://www.ead.fea.usp.br/cad-pesq/index.htm>)*

CASTRO JÚNIOR. F. H. F.; FAMÁ, R. *As novas finanças e a teoria comportamental no contexto da tomada de decisão sobre investimentos.* Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo: v.9, n.2, abril/junho 2002.

CHANCELLOR, E. *Salve-se quem puder: uma história da especulação financeira.* São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

BERNSTEIN, P. L. *Desafio aos deuses: a fascinante história do risco*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

JUSTIN, F. O Mito dos Mercados Nacionais.

DISCIPLINA **METODOS QUANTITATIVOS E QUALITATIVOS DA PESQUISA
EMPÍRICA**

Disciplina Comum – MESTRADO **Disciplina Obrigatória - DOUTORADO**

PROFESSOR Belmiro do Nascimento João

HORÁRIO 2ª Feira das 19:00 às 22:00 horas

3ª Feira das 09:00 às 12:00 horas

EMENTA

Conceitos Básicos sobre Pesquisa Científica : . Construção, Estimação e Validação de Modelos. Descrição do Universo e/ou Fenômeno de Estudo e Delineamento da Pesquisa. Levantamento dos Dados : O Problema da Amostragem Representativa. Organização , Processamento e Representação dos Dados. **Métodos Quantitativos** : Análise Exploratória de Dados. Inferência Estatística : estimação pontal e por intervalos.

Comparação de Populações. Análise e Projeção de Tendências : Regressão e Modelos Econométricos. Introdução a Data Mining : Componentes Principais , Classificação e Análise de Conglomerados.

OBJETIVOS. Esta disciplina procura fornecer ao aluno uma visão geral da metodologia utilizada na pesquisa empírica bem como alguns dos tratamentos estatísticos mais usados na análise de dados socioeconômicos. Os tratamentos estatísticos e as medidas derivadas são ilustrados mediante a resolução de exemplos concretos, no computador, com base em dados secundários (Censos, Economatica, Banco Mundial , UNDP e outros) usando, basicamente, os softwares ECONOMATICA, MINITAB e SPSS.

BIBLIOGRAFIA

Bussab, W.; Morettin, P. : Métodos Quantitativos, Atual Editora ,1997.

Bussab, W de O . *Introdução à Análise de Agrupamentos*. 9º Simpósio Brasileiro de Probabilidade e Estatística. IME – USP. 1990.

Bussab, W de O. e Morettin, P. *Estatística Básica (Métodos Quantitativos para economistas e Administradores)* . São Paulo: ATUAL, 1981

Carvalho, L. : Data Mining , Erica Ed. 2001.

Carvalho, J. A .M. et alii. *Introdução a Alguns Conceitos Básicos e Medidas em Demografia*. Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro. ABEP. 1998.

Crivisqui, Eduardo. *Seminário de Métodos Estatísticos Multivariados Aplicados às Ciências Humanas*. IE – UNICAMP. Campinas. 31 Julho a 07 de Agosto de 1998

De Hoyos, A. : Análise Exploratória , apostilha 1990.

Hoffmann, Rodolfo. *Estatística para Economistas*. São Paulo: Livraria Pioneira Editora.

Jannuzzi, P de M. *Indicadores Sociais no Brasil - Conceitos, Fontes de Dados e Aplicações*. Alinea Editora, 2001.

Toledo, G.L. e Ovalle, I.I. *Estatística Básica*. 2.ed. São Paulo: ATLAS, 1985, cap.7.

UNDP. *Human Development Report*, 2003.

Obs. : Economatica é basicamente um software para análise e banco de dados sobre indicadores econômicos, negócios, mercado de dinheiro, acciones, finanzas internacionales,

productos, sic, noticias Información financiera de más de 1700 empresas de todo el mundo, incluyendo reportes financieros, cotización de acciones, noticias, productos por SIC, etc.

JUSTIFICATIVA

A nossa civilização está passando por um momento de intensas, aceleradas e surpreendentes transformações que fazem parte da transição da Era da Informação e da Comunicação. As organizações educacionais de vanguarda estão cientes da necessidade de utilizar os avanços da Tecnologia da Informação e Comunicação (TI e TC) de forma cada vez mais intensa e eficiente para poder facilitar toda pesquisa relacionada com a aquisição e processamento e representação de conhecimento. Nesta disciplina estaremos abordando os princípios e a técnicas básicas por trás de toda pesquisa empírica indispensável para todos aqueles que tanto no nível acadêmico quanto organizacional precisam saber como processar dados para transformar eles em informação e como transformar informação para convertê-la em conhecimento. Para facilitar e direcionar a aprendizagem as aulas serão teórico praticas com a utilização de dados reais , e dos softwares ECONOMETICA, MINITAB, e SPSS.

DISCIPLINA	METODOLOGIA DA PESQUISA APLICADA A ADMINISTRAÇÃO
Disciplina Obrigatória	MESTRADO
PROFESSOR	Neusa Maria Bastos F. dos Santos
HORÁRIO	3ª Feira das 09:00 às 12:00 horas

EMENTA

Compreender as dimensões sociais relacionadas à produção do conhecimento em Administração, discutindo a relação da teoria e pesquisa, bem como os procedimentos básicos da pesquisa social. Formular um projeto de pesquisa a partir da identificação do problema e as etapas subsequentes tendo em vista a elaboração da dissertação de mestrado.

OBJETIVOS

1. Discutir a relação entre teoria e pesquisa em Administração e as determinações sociais desse processo.
2. Elaborar um projeto de pesquisa tendo em vista a dissertação de mestrado a partir da discussão das etapas da investigação e dos instrumentos necessários a sua realização.

JUSTIFICATIVA

A produção do conhecimento em um curso de pós-graduação constitui sua atividade nuclear e é a pesquisa que viabiliza esse processo. Para dominá-lo o aluno necessita não apenas conhecer a epistemologia da Administração, mas também apropriar técnicas e instrumentos de pesquisa, consolidados no planejamento e execução do projeto de pesquisa. Essa disciplina é instrumental, pois com ela pretende-se que o mestrando conheça todas as etapas da pesquisa e sua operacionalização. Com esse domínio pretende-se que o aluno seja capaz de produzir um conhecimento de qualidade, adequado a realidade brasileira.

PROGRAMA

1. Introdução – A produção do conhecimento nas Ciências e Ciências Sociais
2. A Pesquisa em Administração
3. A formulação do problema de pesquisa em Administração e sua objetivação

4. O projeto de pesquisa e suas etapas de operacionalização
5. A formulação das hipóteses e as variáveis de pesquisa
6. Tipos de pesquisa: quantitativa e qualitativa, o estudo de caso
7. A produção dos dados e os instrumentos de pesquisa
8. O projeto de pesquisa na elaboração da dissertação de mestrado
9. A bibliografia e suas normas técnicas.

BIBLIOGRAFIA

- ALVES, Rubem. Filosofia da Ciência - Introdução ao jogo e suas regras, 2a. Ed., São Paulo: Ed. Loyola, 2000
- BARDIN, Laurence. Análise de Conteúdo, Lisboa: Edições 70, 1995
- BARROS, Aidil J. da S. & LEHFELD, Neide A. de S. Fundamentos da Metodologia Científica – um guia para a iniciação científica. 2ª ed., São Paulo: Makron Books, 2000
- BECKER, howards S. Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais, 4ª ed., São paulo: HUCITEC, 1999
- CERVO, Amado L. & BERVIAN, Pedro A. Metodologia Científica, 5ª ed., São Paulo: Prentice Hall, 2002
- CONTANDRIOPOULOS, André-Pierre et al. Saber Preparar uma Pesquisa - definição, estrutura e financiamento, São Paulo/Rio de Janeiro: HUCITEC/ABRASCO, 1994
- COOPER, Donald R. & SCHINDLER, Pamela S. Métodos de Pesquisa em Administração, 7ª ed., Porto Alegre: BOOKMAN, 2003
- De BRUYNE,P. Et al. Dinâmica da Pesquisa em Ciências Sociais, Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977
- DEMO, Pedro. Metodologia do Conhecimento Científico, São Paulo: Atlas, 2000
- _____ Complexidade e Aprendizagem, São Paulo: Atlas, 2002
- _____ Introdução à Metodologia da Pesquisa, São Paulo: Atlas, 1983
- ECO, Humberto. Como se Faz uma Tese, São Paulo: Ed. Perspectiva, 1983
- HAGUETTE, Teresa Maria Frota. Metodologias Qualitativas na Sociologia, 2ª ed., Petrópolis: Vozes, 1990
- KOCHE, José Carlos. Fundamentos de Metodologia Científica - teoria da ciência e prática da pesquisa, 14ª.ed. revista, Petrópolis: Vozes, 1997, 2ª parte: a prática da pesquisa
- LAVILLE, Christian. e DIONNE, Jean: A Construção do Saber - Manual de metodologia da pesquisa em Ciências Humanas, Porto Alegre: Editora Artes Médicas Sul Ltda.; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.
- LUNA, Sergio Vasconcelos de. Planejamento de Pesquisa - Uma introdução, São Paulo: EDUC, 1996
- MAZZOTTI-ALVES, A J. & GEWANDSZNAJDER, F. O método nas Ciências Naturais e Sociais – pesquisa quantitativa e qualitativa, São Paulo: Pioneira, 1998
- NONAKA, i. & TAKEUCHI, H. Criação de Conhecimento na Empresa – como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação, Rio de Janeiro: Campus, 1997
- PÁDUA, Elisabeth M. M. Metodologia da Pesquisa - Abordagem teórica -prática, 2ª. ed, Campinas: Papyrus, 1997
- QUIVY, R. & CAMPENHOUDT, L.V. Manual de Investigação em Ciências Sociais, Lisboa: Gradiva, 2ª. ed., 1998
- REA, Louis M. & PARKER, Richard A. Metodologia de Pesquisa – Do Planejamento à Execução, São Paulo: Pioneira, 2000
- ROESCH, Sylvia Maria A. Projetos de de Estágio e de Pesquisa em Administração, 2ª ed., São Paulo: Atlas, 1999
- RUDIO, Franz V. Introdução ao Projeto de Pesquisa Científica, 26ª ed., Petrópolis, Ed. Vozes, 1999

SEVERINO, Antonio J. Metodologia do Trabalho Científico, 27a. Ed., São Paulo, 2000
TACHIZAWA, Takeshy e MENDES, Gildásio. Como Fazer Monografia na Prática, 5ªed., Rio de Janeiro, Ed. FGV, 2000
THIOLLENT, Michel. Pesquisa-Ação nas Organizações, São Paulo: Atlas, 1997
VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração, 3aa ed., São Paulo, Atlas, 2000.

DISCIPLINA ESTUDOS DO FUTURO, INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Disciplina Eletiva – Organização e Sociedade – MESTRADO/ DOUTORADO

PROFESSOR Arnaldo José de Hoyos Guevara

HORÁRIO 3ª Feira das 12:45 às 15:45 horas

EMENTA

Fundamentos: Explorando o Futuro, Grandes Transformações e Megatendências. Governança e Cidadania Planetária. Forças de mudança, visão e evolução ecossistêmica. Metas e desafios do Milênio e a Crise Socioambiental. Os Bottom Lines e os Avanços na Responsabilidade Social e Ambiental. Mercado Ético, e Novos Indicadores de Riqueza.

Metodologias: Gestão de Inovação, Desenvolvimento de Indicadores, Metodologias Prospectivas e a proposta da UNESCO Foresight.

OBJETIVO:

Se familiarizar com as Megatendências e Macrotransições atuais e estudar Novas Gerações da Gestão de Inovação visando uma sustentabilidade mais integral, se preparando em particular para os Congressos Internacionais de Inovação ICIM, organizados em parceria da PUCSP com Universidades da China, Japão, Holanda, Finlândia e Malásia (www.pucsp.br/icim); bem como acompanhar os avanços nas pesquisas do Projeto Milênio, do qual o Núcleo de Estudos do Futuro (NEF/ PUC-SP) é o responsável no Brasil.

BIBLIOGRAFIA :

ALMEIDA, F. *Os Desafios da Sustentabilidade*, Elsevier, 2007.

AUBURDENE, P. *Megatrends 2010: The Raise of Conscious Capitalism*, Hampton Roads, 2005.

BARBIERI, et al. *Gestão de Idéias para Inovação Continua*, Bookman 2009

BROWN, T. *Design Thinking*, Campus 2010

CHESBOROUGH, H. *Open Service Innovation*, Joseph-Bass, 2011

BENYUS, J. *Biomimcry*, Harper, 2002

DE HOYOS, A. et al. *Consciência e Desenvolvimento Sustentável nas Organizações*. Campus, 2008.

DE HOYOS, A. et al. *Educação para a Era da Sustentabilidade*. St. Paul, 2011.

DIETZ, R. et al. *Enough is Enough : Building a Sustainable Economy in a world of finite resources*. Berrett-Koehler Publishers, 2013

DOWBOR, et al. *Energias Renováveis no Brasil* Ed. Brasiliense, 2012.

ESTY, D., WINSTON, A. *O Verde que Vale Ouro*, Elsevier, 2009

SACHS, I. *Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável*, Garmond, 2006.

SMERALDI, R. *O Novo Manual de Negócios Sustentáveis*, Publifolha, 2009.

STERN, N. *The Economics of Climate Change*, Cambridge, 2007.
TRIGUEIRO, A. Org. *Meio Ambiente no Século 21*. Autores Associados, 2005.
VOLTOLINI, R., A. . *Conversa com Líderes Sustentáveis*. Ed. SENAC, 3013

DISCIPLINA **GESTÃO DE REDES SOCIAIS E PARCERIAS**
Disciplina Eletiva – Organização e Sociedade – MESTRADO/ DOUTORADO
PROFESSOR Luciano Antonio Prates Junqueira
HORÁRIO 3ª Feira das 16:00 às 19:00 horas

EMENTA

As organizações se articulam em redes sociais para inovar e acumular capital social, construindo um saber que possibilite interferir na consolidação do poder local. As redes sociais, nesse processo, desempenham um papel central, tanto na articulação do poder, como no compromisso com as mudanças sociais. O poder horizontalizado e descentralizado tem como proposta mudar práticas e integrar ações que favoreçam a inclusão social. A parceria entre organizações do terceiro setor, estado e sociedade civil, caracteriza a gestão social como a interação entre esses diversos atores, que privilegiam o coletivo e os direitos sociais.

BIBLIOGRAFIA

ARENDDT, Hannah. O que é Política, 5ª. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004
AUSTIN, J. A. Parcerias – fundamentos e benefícios para o terceiro setor, São Paulo: Futura, 2001
BERGER, P.L.; Luckmann, T. A Construção Social da Realidade, Petrópolis, Vozes, 1973
BOURDIEU, Pierre, Escritos de Educação, NOGUEIRA, M.A.; CATANI, A. (orgs.). Petrópolis: Ed. Vozes, 1998, p. 65 – 79
CANÇADO, A. C. et al (org.) Os Desafios da Formação em Gestão Social. Palmas-TO; Provisão 2008 p. 87-103; 219 -239
CAVALCANTI, Marly (org.) Gestão Social, Estratégias e Parcerias: redescobrimo a essência da administração brasileira de comunidade para o Terceiro Setor, São Paulo: Editora Saraiva, 2006
CODINA, P. L. S. ; DÍAZ, C. J. D. La Revolución contemporânea del saber y la complejidad social: hacia unas Ciencias Sociales de nuevo tipo. Buenos Aires: CLACSO, 2006
COHEN, E.; FRANCO, R. Gestão Social: Como obter eficiência e impacto nas políticas sociais? Brasília: ENAP, 2007
DABAS, E.; NAJMANOVICH, D.(org.) Redes. El Lenguaje de los Vínculos, Buenos Aires, Paidós, 1994
DIAS, L. C.; SILVEIRA, R. L. L.(org.) Redes, sociedades e territórios, 2ª. ed., Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2007
DOWBOR, L. A Reprodução Social - Propostas para uma Gestão Descentralizada, Petrópolis, Ed. Vozes, 1998
ELIAS, Norbert. A Sociedade dos Indivíduos, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994
ELIAS, N.; SCOTSON, J.L. Os Estabelecidos e os Outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000
FISCHER, R.M.; FALCONER, A P. Desafios da parceria governo e terceiro setor, Revista de Administração, São Paulo, v.33, n.1, p.12-19, jan./mar. 1998
FISCHER, Rosa Maria. O desafio da colaboração: práticas de responsabilidade social entre empresas e terceiro setor, São Paulo: Editora Gente, 2002
FISCHER, Tânia (org.) Gestão do Desenvolvimento e Poderes Locais: marcos teóricos e

avaliação. Salvador, BA: Casa da Qualidade, 2002

FLEURY, Sonia; OUVENEY, Assis M. Gestão de Redes: a estratégia de regionalização da política de saúde, Rio de Janeiro: editora FGV, 2007

GOHN, Maria da Glória. O protagonismo da sociedade civil – movimentos sociais, ONGs e redes solidárias. 2ª. ed., São Paulo: Cortez, 2008

INOJOSA, Rose M. Redes de compromisso social, RAP Rio de Janeiro 33(5) : 115-142, set/out 1999

INOJOSA, R ; JUNQUEIRA, L.A P. Práticas e saberes: desafios e inovações em gestão social, O&S , v.15 – No. 45, abril/junho 2008, p. 171 - 180

_____. O Setor Saúde e o Desafio da Intersetorialidade, São Paulo, Cadernos FUNDAP, No. 21, 1997:156-154

JUNQUEIRA, Luciano A.P. Gestão social: organização, parceria e redes sociais. In: CANÇADO, A. C.; SILVA Jr, J. T.; SCHOMMER, P. C.; RIGO, A.S. Os desafios da formação em gestão social (orgs.). Palmas- TO: Provisão, 2008, p. 87 -103.

_____. Organizações sem fins lucrativos e redes na gestão de políticas sociais, Caderno de Administração PUC-SP, No. 3, 2000, pp. 101-126

_____. Intersetorialidade, transetorialidade e redes sociais na saúde, Revista de Administração Pública – RAP, Rio de Janeiro, 34(6): 35-46, nov./dez. 2000

_____. A gestão intersetorial das políticas sociais e o terceiro setor, Saúde e Sociedade, APSP, FSP/USP, São Paulo, v. 13, n. 1, p.25-36

JUNQUEIRA, L. A. P.; MISOCZKY, M. C.(org.) Redes sociais. RAP - Rio de Janeiro 43(5): 997-1210, set./out. 2009

KLIKSBERG, Bernardo. O Desafio da Exclusão - Para uma Gestão Social Eficiente, São Paulo. Edições Fundap, 1997

MARQUES, E. C. Redes sociais, Instituições e Atores Políticos no governo da Cidade de São Paulo, São Paulo: Annablume: Fapesp, 2003

MARTES, A. C. B.(org.) Redes e Sociologia Econômica. São Carlos: EdUFSCar, 2009

MORGAN, Gareth. Imagens da Organização, São Paulo: Atlas, 1996

PEREZ, C.; JUNQUEIRA, L. A. P. (orgs.) Voluntariado e Gestão das Políticas Sociais, São Paulo: Futura, 2005

PIMENTA, S.M.; SARAIVA, L. A. S.; CORRÊA, M. L. (orgs.) Terceiro Setor: dilemas e polêmicas. São Paulo: Saraiva, 2006

PUTNAM, Robert D. Comunidade e Democracia: a experiência da Itália moderna, Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas ed., 1996

RICO, E. de M.; RAICHELIS, R. (orgs.) Gestão social uma questão em debate. São Paulo: EDUC/IEE. 1999

SCHERER-WARREN, I. Redes e movimentos sociais. 3ª. ed., São Paulo: Edições Loyola, 2005

SCHUSCHNY, A. La Red y el futuro de las organizaciones, 1ª. ed., Buenos Aires: Kier, 2007

TENÓRIO, Fernando G. Um espectro ronda o terceiro setor, o espectro do mercado: ensaios de gestão social, 2ª. ed., Ijuí, SC: Ed. Injuí, 2004

TOBAR, F.; PARDO, C.F. Organizaciones Solidarias – Gestión e innovación en el Tercer Sector, Buenos Aires: Lugar Editorial S.A., 2001. p. 25 - 96

VÉRAS, Maura P B. (org.) Por uma Sociologia da exclusão social: o debate com Serge Paugam, São Paulo: EDUC, 1999

VILLASANTE, Tomás R. Redes e Alternativas – Estratégias e estilos criativos na complexidade social, Petrópolis,RJ: Vozes, 2002

WANDERLEY-BELFIORE, M. et al. (orgs.) Desigualdade e a questão social, São Paulo: EDUC, 1997

WEBER, Max. Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva, 4ª. ed., vol. 1 e 2 , Brasília: Editora UNB, 1999. v. 1 p. 13 – 35 (conceitos básicos e poder); v. 2 p. 187 – 198 (

poder e dominação)

DISCIPLINA **O INVESTIMENTO NA ESTRUTURA COMPETITIVA DAS ORGANIZAÇÕES**

Disciplina Eletiva - Estratégia e Inovação – MESTRADO/ DOUTORADO

PROFESSOR Fabio Gallo

HORÁRIO 3ª Feira das 19:00 às 22:00 horas

OBJETIVO

O processo de integração das economias, aliado a velocidade dos avanços da informação tecnológica, provoca profundas mudanças, aumentando a mobilidade dos capitais entre as nações. Neste ambiente econômico os países emergentes na busca de sua integração econômica abrem suas economias para receberem capitais. Quanto mais bem estruturado for o seu mercado de capital, mais fácil será a captação de recursos externos e dentro do próprio país.

Por outro lado, no ambiente competitivo que as empresas vivem na atualidade, há a necessidade de cada organização manter sua própria estratégia competitiva. O desenvolvimento explícito dessa estratégia pode ocorrer por meio do processo de planejamento da organização. Como nos ensina Porter o desenvolvimento de uma estratégia competitiva determina o modo como a organização irá atuar no ambiente competitivo, quais suas metas e políticas necessárias para realizá-las. Este desenvolvimento consiste em relacionar a empresa com o seu meio de atuação, ou seja, relacionar a empresa com a indústria ou com as indústrias em que ela compete, de modo a compreender a concorrência e assim identificar as características estruturais que possibilitam a formulação de estratégias na busca de vantagens competitivas.

No planejamento estratégico da organização é parte essencial planejar suas políticas de investimento, financiamento e dividendos. Sendo que a obtenção de recursos mais baratos e com maior facilidade por parte das empresas permite competir de maneira mais adequada, aumentar sua produtividade e gerar mais empregos. Entre outros, os fatores aqui apontados são essenciais para o desenvolvimento de uma nação.

O curso objetiva dar aos alunos uma visão aprofundada do processo de investimentos. Permitindo o conhecimento da estrutura e funcionamento do mercado financeiro e em particular o mercado de capitais no Brasil.

Ao final do programa, os alunos deverão possuir conhecimentos sobre as principais características, operações e atuações dos agentes no mercado de investimento. Composição e administração de carteiras. Fatores e mensuração do risco e atuação para sua administração no mercado de fundos em particular e de investimentos em geral.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Livro texto: "INVESTMENTS" - BODIE, KANE e MARCUS – 8th. McGraw-Hill Irwin. 2010

PORTER, MICHEL. Estratégia Competitiva. 1a. Ed. Campus. 2005

SÉRIO, LUIZ C. DI e VASCONCELOS, MARCOS A. Estratégia e Competitividade Empresarial. 1a. Ed. Saraiva. 2008

ELTON, GRUBER and BROWN. Modern Portfolio Theory and Investment Analysis. 9th. Wiley. 2009

REILLY, F. and BROWN, K. Investment Analysis and Portfolio Management. 8th. Thomson-Southwestrn. 2008

HULL, John C. Options, Futures and Other Derivatives. 7th edition, Pearson/Prentice-Hall, 2008.

HULL, John C. Fundamentos dos Mercados de Futuros e Opções. 6a. ed., BM&F, 2010.

MARINS, André. Mercados Derivativos e Análise de Risco. Vol.1 e 2. 2ª. Ed. AMS Editora, 2009.
ASSAF NETO, Alexandre. Mercado Financeiro. 9. ed. Atlas, 2009.
CAVALCANTE, Francisco; MISUMI, Jorge Yoshio. Mercado de Capitais. 7ª Ed., Campus, 2008.
MELLAGI FILHO, Armando; MISUMI, Jorge Y. Mercado financeiro e de capitais. 6ª.Ed. Atlas, 2005.
SECURATO, José Roberto. Cálculo Financeiro das Tesourarias. 4.ed. Saint Paul Institute, 2008.
SHILLER, Robert J. Exuberância irracional. São Paulo: Makron, 2000.

DISCIPLINA **MARKETING DE SERVIÇOS E ENDOMARKETING**
Disciplina Eletiva - Estratégia e Inovação – MESTRADO/ DOUTORADO
PROFESSOR Alexandre Luzzi Las Casas
HORÁRIO 3ª Feira das 19:00 às 22:00 horas

EMENTA

Proporcionar conhecimentos de administração e marketing de serviços; analisar as características principais e aplicações; analisar as diferenças na comercialização de intangíveis; estudar as variáveis de comercialização e funções da administração de serviços. Avaliar a teoria e prática do endomarketing nas organizações.

OBJETIVOS:

O curso visa abordar os diferenciais no composto mercadológico e na prática da administração de serviços.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Administração e Marketing Na Área De Serviços
2. O Composto de Serviços
3. Estratégia de Marketing de Serviços
4. Serviços Profissionais
5. Serviços que Adicionam Valor a Tangíveis
6. Distribuição de Serviços
7. Venda Pessoal e Comunicação
8. Administração e Avaliação de Serviços
9. Endomarketing: teoria e prática

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Marketing de Serviços*, 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2007.
Qualidade Total em Serviços. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.
ZEITHMAL, Valarie, BITNER, Mary Jô. *Services marketing*. New York:Mc Graw-Hill, 2000

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LOVELOCK, Christopher. *Principles of service marketing and management*. New Jersey: Prentice Hall, 1999.
KURTZ, David, CLOW, Kenneth. *Services marketing*, 2ed. New York: John Wiley e Sons, 1998
BERRY, Leonard, PARASURAMAN. *Serviços de marketing*. São Paulo: Maltese, Norma, 1992. Complementar
BERRY, Leonard. *Discovering the soul of service*. New York: Free Press, 1999.
LOVELOCK, Christopher. *Services marketing*. New Jersey: Prentice Hall, 1990

- LOVELOCK, Christopher ; WRIGHT, Lauren. **Serviços: marketing e gestão.**São Paulo: Saraiva, 2001.
- KOTLER, P. BLOOM, Paul. **Marketing para serviços profissionais.** São Paulo: Atlas, 1988.
- WILSON, Aubrey. **The marketing of Professional services.** London: Mc-Graw-Hill, 1972.
- DENTON, Keith. **Qualidade em serviços.** São Paulo: Makron, 1990.
- STERNE, Jim. **Customer service on the Internet.** New York: John Wiley, 1996.
- ARTZ, Nancy. **301 Great Customer Services Idea.** Boston: Goldhirsh, 1997.
- JOHNSTON, Robert; CLARK, Graham. **Administração de operações de serviço.** São Paulo: Atlas, 2001.
- KURTZ, David; CLOW, Kenneth. **Services marketing.** New York: John Wiley, 1998.
- BATESON, John, HOFFMAN, Douglas. **Marketing de serviços.** Porto Alegre: Bookman, 2001.
- HESKETT, James; SASSER, Earl; SCHLESINGER, Leonard. **Lucro na prestação de serviços.** Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- MARTIN, William. **Quality Customer Service. 4th edition.** new York: Crisp Learning, 2001.
- GEE, Val, GEE, Jeff. **The customer service training tool kit.** New York: McGraw-Hill, 2000.
- LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. **Principles of service marketing and management.** New Jersey: Prentice-Hall, 1999.
- LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. **Serviços: marketing e gestão.** São Paulo: 2001.
- CAPODAGLI, Bill @ JACSON, Lynn. **The Disney Way Fielbook.** New York, McGraw-Hill, 2001.
- CAPODAGLI, Bill @ JACSON, Lynn. **O estilo Disney.** São Paulo: Makron, 2000.
- BERRY, Leonard, PARASURAMAN, A. **Serviços de marketing.** São Paulo: Maltese-Norma, 1992.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de marketing.** São Paulo: Atlas, 2006.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de vendas. 8º ed.** São Paulo: Atlas, 2006.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing: conceitos, exercícios e casos. 7ª ed.** São Paulo: Atlas, 2006.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de varejo. 4ª ed.** São Paulo: Atlas, 2006.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Novos rumos do marketing.(org.)** São Paulo: Atlas, 2001.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de marketing para micro e pequena empresa. 5ª ed.** São Paulo: Atlas, 2007.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Técnicas de vendas. 3ª ed.** São Paulo: Atlas, 2004.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de seguros.** São Paulo: Saraiva, 2000.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Inovação e diferenciação em marketing:** São Paulo: Saraiva, 2007.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. (org). **Marketing bancário.** São Paulo: Saint Paul, 2007.
- GIANESI, Irineu; CORREA, Henrique. **Administração estratégica de serviços.** São Paulo: Atlas, 2007.
- WAUGH, Troy. **101 estratégias de marketing para empresas de serviços.** São Paulo: Atlas, 2005.
- ALBRECHT, Karl. **Revolução nos serviços.** São Paulo: Pioneira, 1992.
- CARLZON, Jan. **Moments of truth.** USA: Publication data, 1987.
- CLARKE, Greg. **Marketing de serviços e resultados.** São Paulo: Futura, 2001.
- ZEITHAML, Valarie; BITNER, Mary Jô. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente.** 2ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DISCIPLINA SEMINÁRIO DE PESQUISA II
 Disciplina Eletiva DOUTORADO
 PROFESSOR Leonardo Nelmi Trevisan

HORÁRIO

4ª Feira das 8:00 às 12:00 horas

EMENTA

Estes seminários serão espaços de debate coletivo a serem criados para realizar o debate de temas atuais de interesse das linhas de pesquisa. Serão privilegiados, principalmente, temas de conjuntura para visualizar as tendências do mercado e da economia em geral.

Objetivo

Discutir temas relevantes que permitam aos mestrandos e doutorandos acompanharem as tendências predominantes na conjuntura econômica, política e social. Com isso pretende-se oferecer aos alunos espaços de discussão e atualização.

BIBLIOGRAFIA:

A bibliografia será explicitada pelo professor de acordo com o tema definido para o seminário

DISCIPLINA	TEORIA DAS ORGANIZAÇÕES
Disciplina Obrigatória	MESTRADO
PROFESSOR	Arnaldo Nogueira
HORÁRIO	4ª Feira das 9:00 às 12:00 horas

OBJETIVO

Como a administração é uma atividade exercida em organizações, e também a pesquisa e a reflexão ocorrem frequentemente tendo organizações como unidade de análise, é fundamental que o estudo do que se acumulou a título de conhecimento organizacional seja apresentado a pós-graduados. O curso adotará uma abordagem tópica ou temática, tratando dos principais temas que ocupam a área organizacional, procurando contextualizá-los em termos de seu desenvolvimento histórico. Sempre que se justificar as preocupações com o desenvolvimento de teorias serão referidos a problemas práticos da gestão de organizações.

BIBLIOGRAFIA

CLEGG, Stewart R., HARDY, Cynthia e NORD, Walter R. **Handbook de Estudos Organizacionais**. São Paulo, Atlas, 1999. Volume 1 – capítulos 1e17.

HATCH, Mary Jô, **Organization Theory-Modern, Symbolic and Post modern Perspectives**. Oxford, Oxford University Press, 1997.

MICKLETHWAIT, John e Adrian Wooldridge, **Os Bruxos da Administração-Como entender a Babel dos gurus empresariais**. Rio de Janeiro, Editora Campus, 1998. Capítulos 1,2, 3, 5, 6, 7, 9, 11, 12 e a conclusão.

SUBIR CHOWDHURY; Peter Senge. C.K. Pralahad e outros, **Administração no Século XXI – O estilo de Gerenciar hoje e no futuro**. São Paulo, Editora Financial Times – Prentice Hall, 2003.

VASCONCELOS, Flávio Carvalho de e Isabella Freitas de Vasconcelos (orgs.), **Paradoxos Organizacionais; Uma Visão Transformacional**. São Paulo, Editora Thomson, 2004.

DISCIPLINA	TEORIAS EM MARKETING
Disciplina Comum –	MESTRADO E DOUTORADO

PROFESSOR Francisco Antonio Serralvo
HORÁRIO 4ª Feira das 19:00 às 22:00 horas

EMENTA

A disciplina parte da reflexão da origem e da definição do marketing e sua delimitação conceitual na perspectiva do método das ciências; Discute a evolução histórica pelo enfoque das escolas do pensamento do marketing; Analisa as dimensões do marketing nas vertentes econômica, psicológica, sociológica e antropológica; Avalia, por fim, toda a controvérsia recente sobre a fundamentação conceitual e teórica do marketing, refletindo sobre a identificação do objeto de estudo do marketing.

BIBLIOGRAFIA

BAKER, M. ed. Marketing Theory. London: Pearson, 2000.
FOUREZ, G. A construção das ciências. São Paulo: Unesp, 1995.
HUNT, S. Controversy in Marketing Theory. Armonk: Sharpe, 2003.
_____. Foundations of Marketing Theory. Armonk: Sharpe, 2002.
_____. Modern Marketing Theory. Cincinnati: South-Western, 1991.
KOTLER, P. A Generic Concept of Marketing. in BROWN & FISK, Marketing Theory. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1973.
SHETH, J. GARDNER, F. & GARRET, D. Marketing Theory: Evolution and Evaluation. New York: Willey, 1988.

Bibliografia complementar:

CZINKOTA, Michael R. & KOTABE, Masaaki. Marketing management. 2ª. ed. Cincinnati: South-Western, 2001a.
CZINKOTA, Michael R. & et. al. Marketing as melhores práticas. Porto Alegre: Bookman, 2001b.
HARTLEY, Robert F. Erros de marketing e sucessos. 8ª. ed. São Paulo: Manole, 2001.
KOTLER, Philip. Administração de marketing. 10ª. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
LAS CASAS, Alexandre L. (coord.). Novos rumos ao marketing. São Paulo: Atlas, 2001
SANDHUSEN, Richard L. Marketing básico. 2ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
ZIKMUND, William G. & D'AMICO, Michael. The power of marketing. 7ª. ed. Cincinnati: South-Western, 2001

DISCIPLINA ECONOMIA SOCIAL
Disciplina Eletiva – Organização e Sociedade – MESTRADO/ DOUTORADO
PROFESSOR Ladislau Dowbor
HORÁRIO 4ª Feira das 12:45 às 15:45 horas

EMENTA

Trata-se de abordar tanto as dimensões econômicas das políticas sociais, como os novos instrumentos de gestão que estão surgindo. Serão também abordadas as questões de metodologia de pesquisa da economia social.

- 1 – Os avanços tecnológicos e os desequilíbrios sociais
- 2 – Globalização, espaços locais e transformação do "espaço" do desenvolvimento
- 3 - Polarização interna e os novos processos de desequilíbrio
- 4 – O social frente à dinâmica diferenciada dos principais setores do desenvolvimento

5 – Dimensões financeiras da economia social

6 - A nova hierarquia dos processos de decisão e de gestão social

OBJETIVO

As políticas sociais estão assumindo uma dimensão preponderante na reprodução social. As saúde nos Estados Unidos representa hoje o principal setor da economia. Na realidade, investir no homem constitui hoje o investimento mais significativo. Temos de rever os nossos parâmetros. Na visão tradicional, as atividades produtivas eram consideradas as mais importantes. Hoje se constata, no quadro das metodologias do IDH (Indicadores de Desenvolvimento Humano), que uma vida com saúde, educação, cultura, lazer e segurança constitui o objetivo real de todos, enquanto a lavoura, a fábrica, o banco, constituem *meios* para atingir este objetivo. Surge também, neste quadro, a importância das organizações da sociedade civil, do Terceiro Setor. Trata-se neste curso de apresentar e discutir estas novas tendências ligadas à economia social.

METODOLOGIA

O curso consistirá de uma sessão de organização do trabalho (primeira aula), seguida de sete sessões sobre as grandes tendências atuais, ficando as oito sessões restantes para a discussão de temas preparados pelos participantes. É importante notar que a orientação metodológica está centrada na criação de um espaço de reflexão, com ampla participação de todos.

AVALIAÇÃO

A avaliação será feita sobre a base de trabalhos apresentados no final do semestre, e sobre a exposição de tema correspondente em aula.

BIBLIOGRAFIA

L. Dowbor e Samuel Kilsztajn – *A Economia Social no Brasil* – Editora Senac, São Paulo, 2001
L. Dowbor - *A Reprodução Social* - Vozes, Petrópolis, 2002
Hazel Henderson – *Construindo um mundo onde todos ganhem* – Ed. Cultrix , São Paulo 1996
David Korten – *O Mundo Pós-corporativo* – Ed. Vozes, Petrópolis, 2002
Ipea/Pnud - *Relatório sobre o Desenvolvimento Humano no Brasil 1996*
David Osborne and Ted Gaebler - *Reinventando o governo* - MH Editora, Brasília 1994
Banco Mundial – *World Development Indicators 2003* – Washington 2003
Jeremy Rifkin – *A era do acesso* – Makron Books, 2001
PNUD - *Relatório sobre o Desenvolvimento Humano*, vários anos
L. Dowbor – *Gestão social e transformação da sociedade* – <http://ppbr.com/ld> , ver em "Artigos Online"

DISCIPLINA **AMBIENTES E MODELOS DE NEGÓCIOS NO BRASIL**

Disciplina Eletiva – Organização e Sociedade – MESTRADO/ DOUTORADO

PROFESSOR Maria Cristina Sanches Amorim

HORÁRIO 4ª Feira das 16:00 às 19:00 horas

EMENTA

Variáveis econômicas, instituições e regulação no Brasil. Políticas industriais e estratégias organizacionais no período 2003/2013. Alterações demográficas, distribuição da renda, estrutura tributária e desenvolvimento do mercado interno. Política econômica, grupos de interesse e

modelo de negócios por indústria. Análise dos modelos de negócios indicados pelos alunos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ESPINO, José A. *Instituciones y economía – una introducción al neoinstitucionalismo económico*. México D. F: FCE, 1999.

Estratégia – literatura em análise.

MATTOS, Paulo T. L. *O novo Estado regulador no Brasil – eficiência e legitimidade*. São Paulo: Fapesp / Singular, 2006.

WORLD BANK. *Annual report*. 2013.