

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PROGRAMA DE ESTUDOS PÓS-GRADUADOS EM ADMINISTRAÇÃO



PUC-SP

Ementário do 2º semestre de 2017



PROGRAMA DE ESTUDOS PÓS-GRADUADOS EM ADMINISTRAÇÃO

EMENTAS

DISCIPLINA DIDÁTICA E ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM

Disciplina Obrigatória - DOUTORADO

PROFESSOR Maria Cristina S. Amorim

HORÁRIO 2ª Feira das 13:00 às 16:00 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 **Fabio Gallo**

HORÁRIO 2ª Feira das 13:00 às 16:00 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, Ilya Prigogine. **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.



PUC-SP

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

5

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

Disciplina Comum - MESTRADO Disciplina Obrigatória - DOUTORADO

PROFESSOR Belmiro do Nascimento João

HORÁRIO 2ª Feira das 16:00 às 19:00 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.



PUC-SP

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

6

Obs. : **Economatica** é basicamente um software para análise e banco de dados sobre indicadores económicos, negocios, mercado de dinero, 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 converte-la em conhecimento. Para facilitar e direcionar a aprendizagem as aulas serão teórico praticas com a utilização de dados reais , e dos softwares ECONOMATICA, MINITAB, e SPSS.



PUC-SP

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

7

**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



PUC-SP

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

8

- 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
- 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: Papirus, 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.



PUC-SP

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

9

DISCIPLINA SEMINÁRIOS SOBRE O FUTURO DA TECNOLOGIA E O TRABALHO

Disciplina Eletiva - Organização e Sociedade - MESTRADO/ DOUTORADO

PROFESSOR Arnaldo José de Hoyos Guevara

HORÁRIO 3ª Feira das 13:00 às 16:00 horas

EMENTA

A Convergência Sinérgica e Acelerada de Inovações Disruptivas em curso, em particular relacionadas à Tecnologias Emergentes que fazem parte da chamada 4ª Revolução Industrial, sem dúvida representam uma séria ameaça global em relação ao mercado de trabalho.

Por esta razão o World Economic Forum ou grupos como o Oxford Martin Programme on Technology and Employment que colabora com o G20, e até o próprio Governo Americano, desenvolvem pesquisas na área, tentando procurar formas de superar os desafios da Revolução Digital em curso, em particular em termos de promover as necessárias competências (Conhecimentos, habilidades, atitudes) para esse novo momento, de forma a evitar os impactos no aumento do desemprego e desequilíbrios sociais.

Similarmente, o Projeto Milênio que é um *Think Thank*, representado no Brasil pelo NEF/PUC-SP, tem estado realizando workshops em vários países, tentando descobrir se a Inteligência Artificial, Robôs, Nanotecnologia, Biologia Sintética e outras formas de novas tecnologias “substituirão mais trabalho do que criam”.

Nos seminários estaremos abordando estes temas, em particular voltados para a realidade dos países em desenvolvimento como aqueles que fazem parte da nossa Região Iberoamericana, procurando caminhos para superar esses desafios.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Armstrong, S. *Smarter than Us: The Rise of Machine Intelligence*, Machine Intelligence Research Institute (2014).
- [2] Barker, J., Ericson, S. *Five Regions of the Future*. Portafolio (2005).
- [3] Benedikt Frey, C., Osborne, M. *The Future of Employment*. Oxford Martin School, 2013. <http://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/future-of-employment.pdf>
- [4] Bergman, R., *Utopia for Realists: Why Making the World a Better Place Isn't a Fantasy and How We Can Do It*, Little, Brown and Co, (2016).
- [5] Besant, J, Tidd, J. *Inovação e Empreendedorismo* . Bookman (2009).
- [6] Bostrom , N. *The End of Humanity*, TEDxOxford (2013). <https://www.youtube.com/watch?v=xkrUeyw4NKU>
- [7] _____. *Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies*. OUP Oxford (2014). <https://www.youtube.com/watch?v=CK5w3wh4G-M>
- [8] Dewey, D. *The long-term future of AI(and what we can do about it)*. TEDxVienna (2013). <https://www.youtube.com/watch?v=CK5w3wh4G-M>
- [9] Faia, E. *Sustainable Digital Revolution* (2017). http://www.g20-insights.org/wp-content/uploads/2017/03/Digital_Sustainable-Digital-Revolution_ONLINE.pdf



PUC-SP

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

10

- [10] Frey, C. B. and M. A. Osborne. 2015. *Technology at work: The future of innovation and employment*. Citi GPS: Global Perspectives & Solutions (February 2015).
- [11] _____. *The Future of Jobs and Growth: Making the Digital Revolution Work for the Many* (2017). <http://www.g20-insights.org/wp-content/uploads/2017/03/The-Future-of-Jobs-and-Growth.pdf>
- [12] Gleen, J. *Three Alternative Scenarios of Work/Technology 2050*. Millennium Project (2016)
- [13] Guevara, A. et al. *Educação para a Era da Sustentabilidade*, Ed. Saint Paulo (2011).
- [14] _____. Dib, C. *Da Sociedade do Conhecimento a Sociedade da Consciência*, Ed. Saraiva (2007).
- [15] Juma, C. *Innovation and Its Enemies: Why People Resist New Technologies*. Oxford University Press (2016).
- [16] Nicoleolis, M. *Muito Alem do Noso Eu*. Critica (2017).
- [17] Nuraro, E. M. *Os Avanços Tecnológicos e o Futuro da Humanidade*. Ed. Vozes (2009).
- [18] Morgan J. *The Future of Work*. Wiley (2014)
- [19] OXFORD MARTIN SCHOOL. *Technology at Work v2.0 The Future Is Not What It Used to Be* (2016).
www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/reports/Citi_GPS_Technology_Work.pdf
- [20] _____. *Technology, Globalization and the Future of Work in Europe* (2015).
http://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/technology-globalisation-future-of-work_Mar2015.pdf
- [21] Parkin, S. *O Divergente Positivo*. Ed. Periopolis (2014)
- [22] Raworth, K. *Doughnut Economics: Seven Ways to Think Like a 21st-Century Economist*, Chelsea Green Publishing (2017).
- [23] Rifkin, J. *A Era do Acesso*. MBooks (2001).
- [24] _____. *A Terceira Revolução Industrial*. MBooks (2012).
- [25] Schwab, K. *A Quarta Revolução Industrial*. Edipro (2016).
- [26] Surace, K. *Robotics, AI, the end of human work, and a coming Renaissance*, TED x Orange Coast (2015). <https://www.youtube.com/watch?v=9Jxlx9SZEAK>
- [27] WEFORUM : *Global Risks Report 2017*,
http://www3.weforum.org/docs/GRR17_Report_web.pdf
- [28] _____. *Global Risks Perception Survey 2016*
<https://rmas.fad.harvard.edu/news/highlights-2016-global-risks-perception-survey>
- [29] ----- *The Future of Jobs 2016*
http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf
- [30] EOP US Government. *Preparing for the Future of Artificial Intelligence* (2016).
https://obamawhitehouse.archives.gov/sites/default/files/whitehouse_files/microsites/ostp/NS-TC/preparing_for_the_future_of_ai.pdf
- [31] _____. *Artificial Intelligence, Automation, and the Economy* (2016).
<https://www.whitehouse.gov/sites/whitehouse.gov/files/images/EMBARGOED%20AI%20Economy%20Report.pdf>



PUC-SP

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

11

DISCIPLINA **GESTÃO SOCIAL, REDES SOCIAIS, INTERSETORIALIDADE E
PODER LOCAL**

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

OBJETIVOS

Analisar a gestão de redes sociais e intersectorialidade para inovar e acumular capital social;
Aprender o processo de articulação entre os diversos atores sociais, tendo em vista a construção de redes sociais para superação dos problemas que afetam a população;
Discutir a complexidade dos problemas sociais e as novas formas de abordá-los, mediante a intersectorialidade, redes sociais e governança, para a gestão das políticas sociais;
Identificar a contribuição das Organizações da Sociedade Civil na mudança da gestão das políticas públicas tendo em vista sua eficácia e efetividade

BIBLIOGRAFIA

- ARENDDT, Hannah. O que é Política, 5ª. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004
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
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
FLEURY, Sonia; OUVÉRY, Assis M. Gestão de Redes: a estratégia de regionalização da política de saúde, Rio de Janeiro: editora FGV, 2007
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
_____. A gestão intersectorial das políticas sociais e o terceiro setor, Saúde e Sociedade, APSP, FSP/USP, São Paulo, v. 13, n. 1, p.25-36



DISCIPLINA	SERVICE MARKETING
Disciplina Eletiva - Estratégia e Inovação - MESTRADO/ DOUTORADO	
PROFESSOR	Alexandre Luzzi Las Casas
HORÁRIO	3ª Feira das 16:00 às 19:00 horas

EMENTA

This course aims to provide the fundamental guidelines of services marketing and the tasks and responsibilities required for a successful marketing management, including concerns about ethics. Moreover, the course will discuss the marketing mix applied to services and also will cover relationship marketing as a strategy to win and keep loyal customers. It will also expose students to some of the contemporary issues critical do the success of both, profit and nonprofit organizations. Additionally, it will emphasize the practices of service marketers in developing long-standing relationship and satisfying external and internal customers

OBJETIVOS

- The objective of the course is to enable the students to be familiar with basic issues in services marketing
- By the end of this course, you should be able to:
 1. See business from the customer's point of view.
 2. Identify opportunities for improving service
 3. Write and analyze a service quality and customer satisfaction survey

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Services : definitions and basic concepts
- Customer Expectations of Services
- Customers Perceptions of Service
- Building Customer Relationships
- Service Development and Design
- Physical Evidence and the Servicescape
- Employees' and Customers' Roles in Service Delivery
- Delivering Service through Intermediaries and Eletronic Channels
- Managing Demand and Capacity
- Integrated Services Marketing Communications
- Pricing of Services
- The integrated Gaps Model of Service Quality

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ZEITHAML, Valarie; BITNER, Mary Jo. **Services Marketing**. New York: McGraw-Hill, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Marketing de serviços*. 6ª ed..São Paulo: Atlas 2012
- LAS CASAS, AlexandreLuzzi. *Qualidade Total em Serviços*. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- 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:CrispLearning,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.** 8^a ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de varejo.** 4^a 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.** 5^a ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Técnicas de vendas.** 3^a 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.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. GUEVARA, Arnoldo. **Pesquisa de marketing.** São Paulo: Atlas 2010.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Cocriação de valor.** São Paulo: Atlas, 2014.
- 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.
- ZEITHAML, Valarie; PARASURAMAN, A.; BERRY, Leonard. **A excelência em serviços,** São Paulo: Saraiva, 2014.



DISCIPLINA	MARKETING DIGITAL
Disciplina Eletiva - Estratégia e Inovação - MESTRADO/ DOUTORADO	
PROFESSOR	Alexandre Luzzi Las Casas
HORÁRIO	3ª Feira das 19:00 às 22:00 horas

EMENTA

Objetivos: o curso visa proporcionar uma visão geral da teoria e prática do marketing aplicado na Internet através de mídias sociais e plataformas digitais. Objetiva avaliar os estudos existentes na área, nível de pesquisa e análise dos resultados. Proporcionar uma visão estratégica sobre técnicas, conceitos e ferramentas mercadológicas utilizadas no marketing digital.

Metodologia: a disciplina será ministrada com apresentação dos tópicos programados seguidos de seminários preparados pelos alunos ou por convidados externos.

Conteúdo programático:

Introdução ao Marketing Digital
Planejamento de mídias digitais
Pesquisa em marketing digital
Marketing de conteúdo
e-mail marketing
Blogging marketing
Facebook Marketing
Branding
Marketing viral
Google Analytics
SEO - Como aplicar o marketing de busca
Links Patrocinados com foco em resultados
Erros mais comuns

BIBLIOGRAFIA

CASTRO, Álvaro. Propaganda e Mídia Digital – a web como a grande mídia do presente. Rio de Janeiro: Ed. Qualitymark, 2000.
CHLEBA, Márcio. Marketing Digital - novas tecnologias e novos modelos de negócios. São Paulo: Ed. Futura, 1999.
KOTLER, Philip. Princípios de Marketing. Vol I, II, III. São Paulo: Ed. Atlas, 1994..
VASSOS, Tom. Marketing Estratégico na Internet. São Paulo: Ed. Makron Books, 1997.
TORRES, Claudio. A bíblia do marketing digital. São Paulo, Novatec, 2009.
CASTELLS, Manuel. A Era da informação: economia, sociedade e cultura. A Sociedade em Rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 617 p.
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Cocriação de valor. São Paulo:Atlas, 2014
Marketing interativo. São Paulo: St Paul, 2010.
GITOMER, Jeffrey. O boom das mídias sociais. São Paulo: Mbooks, 2012



PUC-SP

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

GILLIN, Paul. Secrets of Social Media marketing. California: Quill Driver, 2009.
MILLER, Michael. B2B Digital Marketing. Indiana: Pearson, 2012.
QUALMAN, Erik Socialnomic. New Jersey: John Wiley, 2013.



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 freqüentemente 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.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

DISCIPLINA	FUNDAMENTOS E MODELOS DE AVALIAÇÃO DO RISCO DE CRÉDITO CORPORATIVO E PESSOAL
Disciplina Eletiva - Estratégia e Inovação – MESTRADO/ DOUTORADO	
PROFESSOR	José Odálio dos Santos
HORÁRIO	4ª Feira das 13:00 às 16:00 horas

EMENTA

Analisar as alternativas de financiamento, os fatores determinantes do risco de crédito, os modelos de avaliação (subjetivo e estatístico), fatores específicos de risco para diferentes setores de atividade, a análise contábil-financeira, a projeção da geração de caixa para cobertura de juros e principal, as garantias e a classificação de risco (*ratings*). Ao longo da semestre serão aplicados estudos de casos para conciliar a teoria e a prática.

Conteúdo Programático:

- 1 Finanças corporativas e risco de crédito
- 2 Finanças pessoais e risco de crédito
- 3 Produtos de crédito para empresas e pessoas físicas
- 4 Fatores específicos de risco para diferentes setores de atividade
- 5 Modelos subjetivo e estatístico para avaliação do risco de crédito
- 6 Projeção e análise da geração de caixa com repagamento de juros e principal
- 7 Garantias de crédito
- 8 Ratings de crédito
- 9 Pesquisas acadêmicas sobre gestão do risco de crédito corporativo e pessoal
- 10 Estudos de casos

BIBLIOGRAFIA

- BRIGHAM, E.; EHRHARDT, M. C. Administração financeira: teoria e prática, *Cengage Learning*. 2013, 13ª Ed.
- ROSS, WESTERFIELD, JAFFE E LAMB. Administração financeira. Editora McGrawHill, 2015, 10ª Ed.
- SANTOS, J. O. *Análise de crédito*, Editora Atlas, 2015.
- SANTOS, J. O. *Valuation – Metodologias e técnicas para análise de investimentos e determinação do valor financeiro de empresas*, Editora Saraiva, 2014.
- SECURATO, J. R. *Análise e avaliação do risco de crédito*, Saint Paul Editora, 2012



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

DISCIPLINA **CRISES E OPORTUNIDADES**

Disciplina Eletiva - Organização e Sociedade - MESTRADO/ DOUTORADO

PROFESSOR Ladislau Dowbor

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

EMENTA

O curso visa dar uma visão geral da crise que atravessamos, tanto em nível nacional como internacional. Há uma convergência de ameaças e tensões em termos de desequilíbrios econômicos, sociais e ambientais, o que por sua vez gera uma desagregação política planetária. A insegurança quanto ao futuro tende a se generalizar, no que tem-se chamado de crise civilizatória. Quais são as principais dinâmicas, as análises e as propostas, este é o tema proposto para o curso. Uma reflexão ampla sobre as tensões presentes.

BIBLIOGRAFIA

- Ladislau Dowbor – *As novas arquiteturas do poder* – Abril 2017 (online)
Ladislau Dowbor – *O pão nosso de cada dia* – Fundação Perseu Abramo, 2015
Emir Sader(org.) – *O Brasil que Queremos* – UERJ, 2016
Arun Sundararajan – *The Sharing Economy* – MIT Press, Cambridge, 2016
Joseph Stiglitz – *Rewriting the rules of the American economy: an agenda for shared prosperity* – New York, London, W. W. Norton &Company – 2015, 237 p.
Jeremy Rikin – *The zero marginal cost society* – McMillan, New York, 2014 –
Lawrence Lessig – *The Future of Ideas* – Random House, New York, 2002
Sachs, Ignacy – *Desenvolvimento, inovação e sustentabilidade: contribuições de Ignacy Sachs* – Coletânea organizada pela Editora Garamond Universitária, Rio de Janeiro, 2014



DISCIPLINA **TEORIA DO 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