

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



PUC-SP

Ementário do 1º semestre de 2020



PUC-SP

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

2

DISCIPLINA **MÉTODOS QUALITATIVOS E QUANTITATIVOS EM ADMINISTRAÇÃO**

NIVEL MESTRADO/DOCTORADO (Disciplina Comum/Obrigatória)

PROFESSOR **Belmiro do Nascimento João**

HORÁRIO 3ª 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.: Análisis 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

3

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 convertê-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.



DISCIPLINA	TEORIAS EM MARKETING
NIVEL	MESTRADO/DOCTORADO (Disciplina Eletiva)
PROFESSOR	Alexandre Luzzi Las Casas
HORÁRIO	3ª Feira das 19:00 às 22:00 horas

EMENTA

A disciplina está estruturada em torno de três eixos centrais: o primeiro parte da reflexão teórica que fundamenta e estrutura o processo de marketing na gestão das organizações; o segundo aborda toda a evolução histórica e o desenvolvimento das escolas do pensamento e o modelo de marketing; por fim, o terceiro identifica as principais contribuições das áreas do conhecimento humano que formam o *corpus teórico* do marketing.

BIBLIOGRAFIA

- KOTLER, P. A generic concept of marketing. In BROWN; FISK. (Orgs.). **Marketing Theory**. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, p. 89-99, 1973.
- BAKER, M. J. Marketing: Philosophy or function? In BAKER, M. (Ed.). **Marketing Theory**. London: Thomson, p. 1-19, 2000.
- GRÖNROOS, C. Defining Marketing: A Market-Oriented Approach. **European Journal of Marketing**, v. 23, n.1, p. 52-60, 2001.
- MARTÍNEZ TERCERO, M. **Ciencia y marketing**. Madrid: Esic, 2000.
- SAREN, M. Marketing Theory. In BAKER, M. (Org.). **Marketing Theory**. London: Thomson, p. 21-43, 2000.
- ALDERSON, W.; COX, R. Towards a Theory of Marketing. **Journal of Marketing**, v. XIII, n. 2, p. 137-152, 1948.
- HUNT, S. **Modern Marketing Theory**. Cincinnati: South-Western, 1991.
- BARTELS, R. **Marketing theory and metatheory**. Homewood: Irwin, 1970.
- SHETH, J.; GARDNER, D.; GARRET, D. **Marketing Theory: evolution and evaluation**. New York: Willey, 1988.
- GRÖNROOS, C. Quo Vadis, Marketing? Toward a relationship marketing paradigm. **Marketing Review**, n. 3, p. 129-146, 2002.
- ALDERSON, W.; MARTIN, M. Toward a formal theory of transactions and transvections. **Journal of Marketing Research**, v. II, p. 117-127, 1965.
- HEELER, R.; CHUNG, E. The economics basis of marketing. In BAKER, M. (Ed.). **Marketing Theory**. London: Thomson, p. 63-85, 2000.
- FOXALL, G. The psychological basis of marketing. In BAKER, M. (Ed.). **Marketing Theory**. London: Thomson, p. 86-101, 2000.
- GRØNHAUG, K. The sociological basis of marketing. In BAKER, M. (Ed.). **Marketing Theory**. London: Thomson, p. 102-118, 2000.
- LEE, K. Cultural aspects of marketing. In BAKER, M. (Ed.). **Marketing Theory**. London: Thomson, p. 119-131, 2000.
- COBRA, M. **Administração de marketing no Brasil**. São Paulo: Cobra, 2003.
- CZINKOTA, M. R. (Org.). **Marketing: as melhores práticas**. Porto Alegre: Bookman, 2001.



PUC-SP

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

5

- DIAS, S. R. (Coord.). **Gestão de marketing**. São Paulo: Saraiva, 2003.
- FINANCIAL TIMES, **Dominando o marketing**. São Paulo: Makron, 2001.
- HARTLEY, R. F. **Erros de marketing e sucessos**. 8^a. ed. São Paulo: Manole, 2001.
- HUNT, S. **Controversy in Marketing Theory**. Armonk: Sharpe, 2003
- KOTLER, P. **Marketing de A a Z**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- _____.; KELLER, K. **Administração de marketing**. 11^a ed. São Paulo: PHB, 2000.
- LAS CASAS, Alexandre L. (Org.). **Novos rumos do marketing**. São Paulo: Atlas, 2001
- LEVITT, T. **A imaginação em marketing**. São Paulo: Atlas, 1991.
- SANDHUSEN, R. **Marketing básico**. 2^a ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
- ZIKMUND, W.; D'AMICO, M. **Marketing: creating and keeping customers in an e-commerce world**. 7th ed. Cincinnati: South-Western, 2001.



PUC-SP

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

6

DISCIPLINA	EPISTEMOLOGIA DA ADMINISTRAÇÃO
NIVEL	MESTRADO/DOCTORADO (Obrigatória/eletiva)
PROFESSOR	Francisco Antonio Serralvo
HORÁRIO	4ª 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.



PUC-SP

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

7

- 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

8

DISCIPLINA **CRISE E EVOLUÇÃO PROFISSIONAL: DADOS E DISRUPÇÃO
TECNOLÓGICA**

NIVEL MESTRADO/DOCTORADO (Disciplina Eletiva)

PROFESSOR **Leonardo Nelmi Trevisan**

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

EMENTA

O objetivo principal do curso é discutir as mudanças de ciclo tecnológico e os processos de decisão corporativa, em momentos de tensão. O foco da proposta está na avaliação, conjuntural e estrutural, das transformações no trabalho, tanto no âmbito das organizações, como nas circunstâncias individuais pelas interferências impostas nas expectativas de carreira. Como objetivo complementar, o curso busca analisar as variáveis básicas dos conceitos cadeia global de produção e trabalho remoto “sem fronteiras”, que sustentam momentos de decisão.

Procedimentos Didáticos:

O desenvolvimento da disciplina alternará aulas expositivas e seminários temáticos com dinâmicas de grupo. A proposta inclui estudo de casos.

BIBLIOGRAFIA

- BACHA, E. e BAUMGARTEN de BOLLE, M., *O futuro da indústria no Brasil desindustrialização em debate*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2013
- BAZERMAN, M. H., *Processo decisório*, Rio de Janeiro, Elsevier, 2008
- DAVENPORT, T. H., *Big Data no Trabalho*, Rio de Janeiro, Alta Books, Editores, 2018
- GABRIEL, Martha, *Você, eu e os robôs. Pequeno manual do mundo digital*, São Paulo Atlas, 2019
- RODRIK, D., O desafio dos bons empregos, Tradução *Valor Econômico*, edição de 16/08/2018, disponível em: <https://www.valor.com.br/opiniao/6112027/o-desafio-dos-bons-empregos#>
- SLEE, T., *Uberização a nova onda do trabalho precarizado*, Editora Elefante, 2018
- STUENKEL, O., *o mundo pós-ocidental potencia emergentes e a nova ordem global*, Rio de Janeiro, Zahar, 2018
- TURNER, A', *A economia de soma zero*, *Project Syndicate*, Tradução *Valor Econômico*, edição de 16/08/2018, disponível em: <https://www.valor.com.br/opiniao/5739415/economia-de-soma-zero#>



PUC-SP

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

9

**DISCIPLINA FINANÇAS CORPORATIVAS, PESQUISA ESTATÍSTICA E
MODELAGEM ECONOMÉTRICA**

NIVEL MESTRADO/DOCTORADO (Disciplina Eletiva)

PROFESSOR José Odálio dos Santos

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

EMENTA

Aborda temas centrais de finanças corporativas (estrutura de capital, custo de capital, governança corporativa, política de dividendos, criação de valor, eficiência de mercado etc.) analisados a partir de resultados extraídos de pesquisa estatística (regressão múltipla) e de modelagem econométrica.

BIBLIOGRAFIA

ARZAC, Enrique R. Valuation For Mergers, Buyouts and Restructuring. 2 ed. USA, John Wiley & Sons, 2007;

ASSAF NETO, Alexandre. Valuation: métricas de valor & avaliação de empresas, São Paulo, Atlas, 2014;

BRIGHAM, E.; EHRHARDT, M. C. *Administração financeira: teoria e prática*, 14 ed. South Western Cengage Learning. 2014.

CHUNG, S. L., HUNG, C. H., YEH, C.-Y. When does investor sentiment predict stock returns., *Journal of Empirical Finance*, Volume 19, Issue 2, 2012.

COPELAND, Tom et. al. Valuation – Measuring and Managing the Value of Companies fifth ed. McKinsey and Company, USA: John Wiley & Sons, 2010;

ELTON, Edvins; GRUBER, Martin J. “Modern Portfolio Theory and investment Analysis” New York, John Wiley and Sons, 2013;

JIANG, F., MA Y., SHI, B. Stock liquidity and dividend payouts. *Journal of Corporate Finance* 42, 2017.

ROSS, S.; WESTERFIELD, R. Fundamentos de administração financeira, 9 ed., McGrawHill, 2013.

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.

SANVICENTE, A. É Válido o Uso de Prêmio por Risco País na Estimção de Custo de Capital das Empresas? Centro de Finanças, Insper Instituto de Ensino e Pesquisa, Working-Paper, 2014.

SHARPE, William F. *Portfolio Theory and Capital Markets*, New York, McGraw-Hill, 1970.