

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



PUC-SP

Ementário do 2º semestre de 2016

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.



DISCIPLINA **GESTÃO DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS**

Disciplina Eletiva - Administração e Planejamento – MESTRADO E DOUTORADO

PROFESSOR Belmiro do Nascimento João

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

OBJETIVO DA DISCIPLINA:

O objetivo da disciplina é oferecer aos participantes a teoria e os exemplos de empresas bem sucedidas que atuam em múltiplos mercados internacionais. Empresas que atuam em múltiplos mercados internacionais elaboram e implementam estratégias e modelos de gestão que atendem às necessidades de cada mercado internacional, além de desfrutar das vantagens de escala e do conhecimento proporcionado pela sua atuação global. Além da parte expositiva, serão trabalhados estudos de casos para aplicação dos conceitos e apresentados os resultados de pesquisas realizadas no Brasil e no exterior. Os principais tópicos a serem trabalhados são:

EMENTA

- Teorias de Internacionalização
- Formas de Entrada em Mercados Internacionais
- Corporações Multinacionais Brasileiras
- Evolução conceitual: Internacional, multinacional, global e metanacional
- Estratégias competitivas em corporações multinacionais
- Estratégia e Papel das Subsidiárias
- Abordagem de rede corporativa global em empresas multinacionais
- Fluxos de conhecimento e tecnologia em corporações globais
- Vantagem competitiva das nações e ambiente de negócios

BIBLIOGRAFIA

- Fundação Dom Cabral (Org.) *Internacionalização de Empresas Brasileiras*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.
- Doz, Y.; Santos, J. e Williamson, P. (2001) *From Global to Metanational – How Companies Win in the Knowledge Economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Forsgren, M. e Johanson, J. (org.) *Managing Networks in International Business*. Philadelphia, Gordon and Breach, 1992.
- Govindarajan, V. e Gupta, A.K. (2001) *The Quest for Global Dominance – Transforming Global Presence into Global Competitiva Advantage*. San Francisco: Jossey Bass.
- Nohria, N. e Ghoshal, S. *The Differentiated Network: Organizing Multinational Corporations for Value Creation*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1997.
- Porter, M.E. (1986) (Org.) *Competition in Global Industries*. Boston: Harvard Bus. School Press.
- Rocha, A. (org). *A Internacionalização das Empresas Brasileiras: Estudos de Gestão Internacional*. Rio, Mauad, 2002, pp. 143-168.



- Rugman, A. *Inside the Multinationals: The Economics of Internal Markets*. New York, Columbia University Press, 1981.
- Rugman, A.M.; Wright, R.W. (eds.) *Research in Global Strategic Management: International Entrepreneurship*. Stamford, CT: JAI Press Inc. p.23-40, 1999.
- Yip, G. (1996) *Globalização - Como Enfrentar os Desafios da Competitividade Mundial*.



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 subseqüentes 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
- 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.



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

Disciplina Comum - MESTRADO Disciplina Obrigatória - DOUTORADO

PROFESSOR Belmiro do Nascimento João

HORÁRIO 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 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 ESTUDOS DO FUTURO, INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL**

Disciplina Eletiva – Organização e Sociedade – MESTRADO/ DOUTORADO

PROFESSOR Arnaldo José de Hoyos Guevara

HORÁRIO 3ª Feira das 13:00 às 16:00 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.



PUC-SP

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

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 SOCIAL, REDES 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
Aguardando

BIBLIOGRAFIA
Aguardando

DISCIPLINA **ADMINISTRAÇÃO E MARKETING DE SERVIÇOS**

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; abordar aspectos de avaliação e controle da qualidade de serviços.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Administração na área de serviços;
2. O comprador de serviços
3. Pesquisas aplicadas a serviços
4. Como manter consumidores: o Marketing de relacionamento
5. O composto de serviços: produto; *blueprint*; qualidade
6. Serviços que adicionam valores a tangíveis e serviços profissionais
7. Evidência física: pessoas, processos e procedimentos
8. Preços de serviços; distribuição e processos; administração da demanda e capacidade
9. Comunicação integrada
10. Endomarketing

BIBLIOGRAFIA:

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

DISCIPLINA **FUNDAMENTOS E TÉCNICAS DE AVALIAÇÃO FINANCEIRA
DE EMPRESAS**

Disciplina Eletiva - Estratégia e Inovação - MESTRADO/ DOUTORADO

PROFESSOR José Odálio dos Santos

HORÁRIO 4ª Feira das 13:00 às 16:00 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, noplac, 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.



PUC-SP

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

19

CORNELL, B. Corporate Valuation. Irwin. 1993

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



DISCIPLINA ECONOMIA SOCIAL

Disciplina Eletiva - Organização e Sociedade - MESTRADO/ DOUTORADO

PROFESSOR Ladislau Dowbor

HORÁRIO 4ª Feira das 19:00 às 22:00 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



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

- 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 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Disciplina Comum - MESTRADO E DOUTORADO

PROFESSOR Evange Elias Assis

HORÁRIO 4ª Feira das 19:00 às 22:00 horas

EMENTA

Ao introduzir a temática do consumo e do comportamento do consumidor, a disciplina busca estabelecer as origens das investigações na área, refletindo sobre as contribuições da economia, psicologia, sociologia e antropologia, e as formas que o marketing se apropriou dessas contribuições; Analisa os fundamentos que determinam os modelos de comportamento e suas generalizações empíricas; Pondera sobre as principais tendências e transformações que o comportamento do consumidor apresenta no contexto atual e futuro.

OBJETIVO

Discutir sobre as principais contribuições e modelos voltados para a investigação do comportamento do consumidor, suas tendências e perspectivas futuras com vistas a dimensionar as ações estratégicas do marketing em ambientes de alta competitividades

BIBLIOGRAFIA

- ASSAEL, Henry. *Consumer behavior and marketing action*. 6ª. ed. Cincinnati: South-Western, 1998.
- BERKMAN, Harold W. & et. al. *Consumer behavior*. Chicago: NTC, 1997.
- ENGEL, James F. & et. al. *Comportamento do consumidor*. 8ª. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- GADE, Christiane. *Psicologia do consumidor e da propaganda*. São Paulo: EPU, 1998.
- GOMIDE, Paula I. C. & DOBRIANSKYJ, Lídia N. *Análise experimental do comportamento*. 2ª. ed. São Paulo: Edicon, 1998.
- MOWEN, J. & MINOR, M. *Comportamento do consumidor*. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 2002.
- PIETROCOLLA, Luci Gati *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Global, 2000.
- SCHIFFIMAN, Leon G. & KANUK, Leslie L. *Comportamento do consumidor*. 6ª. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- SILVERSTEIN, Michael J. & STALK JR., George. ed. *Rompendo hábitos de consumo*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- SOLOMON, Michael R. *O comportamento do consumidor*. 5ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002