

EMENTAS DAS DISCIPLINAS DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO e DOUTORADO

MESTRADO:

A) DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS DAS LINHAS 1 e 2: “Estudos Organizacionais e Sociedade” e “Marketing e Cadeias Produtivas”

| CÓD. | DISCIPLINAS | CH | CR | EMENTAS |
|---------|---|----|----|---|
| DAD4044 | Teoria das Organizações | 60 | 04 | Estudo das principais perspectivas, teorias e temas na análise das organizações. |
| DAD4061 | Metodologia da Pesquisa em Administração | 60 | 04 | Estudo das perspectivas epistemológicas e metodológicas da investigação científica em Administração, enfatizando as características dos métodos qualitativos, quantitativos e mistos de pesquisa. |

B) DISCIPLINA OBRIGATÓRIA DA LINHA 1: “Estudos Organizacionais e Sociedade”

| CÓD. | DISCIPLINAS | CH | CR | EMENTAS |
|---------|---|----|----|---|
| DAD4101 | Seminários de Dissertação em Estudos Organizacionais e Sociedade | 60 | 04 | Discussões sobre a organização e a delimitação de referenciais teóricos e metodológicos, vinculados à produção do conhecimento na linha de pesquisa em Estudos Organizacionais e Sociedade, que sirvam de subsídios para a elaboração e desenvolvimento de projetos de dissertação. |

C) DISCIPLINA OBRIGATÓRIA DA LINHA 2: “Marketing e Cadeias Produtivas”

| CÓD. | DISCIPLINAS | CH | CR | EMENTAS |
|---------|--|----|----|--|
| DAD4102 | Seminários de Dissertação em Marketing e Cadeias Produtivas | 60 | 04 | Articulação da definição temática, formulação teórica e escolha de |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | procedimentos metodológicos para a construção de projetos de pesquisa visando o desenvolvimento de dissertações na linha de pesquisa Marketing e Cadeias Produtivas. |
|--|--|--|--|--|

DOUTORADO:

A) DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS DAS LINHAS 1 e 2: “*Estudos Organizacionais e Sociedade*” e “*Marketing e Cadeias Produtivas*”

| CÓD. | DISCIPLINAS | CH | CR | EMENTAS |
|---------|---|----|----|---|
| DAD5002 | Epistemologia da Administração | 60 | 04 | O estudo das principais tradições do pensamento e dos temas concernentes ao problema da construção sistemática do conhecimento e, mais especificamente, do conhecimento científico, buscando esclarecer as relações entre a epistemologia geral da ciência, a epistemologia das ciências humanas e sociais e os possíveis contornos de uma epistemologia da administração |
| DAD5003 | Métodos Quantitativos Avançados em Administração | 60 | 04 | Apresentar os conceitos e práticas fundamentais da análise multivariada de dados aplicada a ciência social aplicada. A disciplina toma por base a aplicação de conceitos de análise correlacional e de análise multivariada de dados, como forma de oferecer ao aluno o suporte quantitativo necessário ao desenvolvimento de suas pesquisas |
| DAD5004 | Métodos Qualitativos Avançados em Administração | 60 | 04 | Estudo da perspectiva metodológica qualitativa da investigação científica em Administração, enfatizando seus principais desenhos de pesquisa. |

B) DISCIPLINAS OPTATIVAS DO MESTRADO E DOUTORADO – LINHA 1: “*Estudos Organizacionais e Sociedade*”

| CÓD. | DISCIPLINAS | CH | CR | EMENTAS |
|---------|--------------------------------------|----|----|---|
| DAD4083 | Análise Multivariada de Dados | 60 | 04 | Apresentar os conceitos e práticas fundamentais da análise multivariada de dados, contendo estatística paramétrica e não paramétrica. |

| | | | | |
|---------|---|----|----|--|
| DAD5008 | Aprendizagem Organizacional | 60 | 04 | Estudo de temas contemporâneos relacionados a Organizações, Estratégia e Trabalho. Análise da aprendizagem e da mudança organizacional. |
| DAD4106 | A cidade no Processo de Políticas Públicas | 60 | 04 | Compreender a cidade como espaços público e privado, bem como o processo de produção do espaço urbano e metropolitano. Identificar os agentes produtores do espaço urbano e seus interesses. Analisar, de modo crítico, a cidade como produto, a partir das ações de <i>city marketing</i> . Além disso, entender os conceitos e os fundamentos de políticas públicas, o seu ciclo e a <i>Policy Analysis</i> como geração e mobilização de conhecimento. Localizar a discussão no campo das práticas de associativismos territoriais e de governança no contexto subnacional. |
| DAD4116 | Cartografia, Território e Subjetividade | 60 | 04 | Experimentação de um processo cartográfico segundo a proposta de Deleuze e Guattari. Pesquisa-intervenção e produção de subjetividade como processo de Desreterritorialização. |
| DAD4111 | Culturas e Etnografias Organizacionais | 60 | 04 | Estudo de abordagens culturais e etnográficas de análise dos processos organizativos. |
| | Cultura, Consumo e Moda | 60 | 04 | Para a teoria do consumidor na economia, as pessoas escolhem obter um bem em detrimento do outro em virtude da utilidade que ele lhes proporciona. A partir da análise de diferentes escolas, verifica-se que as outras questões, especialmente as relacionadas aos aspectos simbólicos do consumo, têm um poder explicativo maior para as ações relacionadas a este fenômeno e evoluem a partir da perspectiva racional. A análise da significação do consumo possibilita entender como a interação das pessoas com marcas/produtos funciona como formas de comunicação que possibilita a interação social. Aspectos simbólicos e interações sociais do consumo encontram-se diretamente imbricados com questões culturais. A Cultura possibilita o entendimento das comunidades de consumo a partir da análise de suas posses. Dentre as teorias que se propõem a explicar aspectos simbólicos do consumo, uma das mais emblemáticas é a do sistema da moda. O sistema da moda é instrumento de transferência de significados do mundo para os objetos de consumo e, destes, para o consumidor/possuidor. Portanto, estudar esta dinâmica é entender como os produtos/marcas passam a ter significado comum em |

| | | | | |
|---------|--|----|----|---|
| | | | | determinadas relações de tempo e espaço. A complexidade da moda está principalmente na sua faceta de processo comunicacional e, para entender este sistema, faz-se necessária a compreensão das teorias explicativas do fenômeno de adoção e disseminação de comportamento de moda enquanto modo de consumo e produção de significados, levando a moda a ser um fenômeno objeto de estudo de filósofos, antropólogos, semioticistas, semiologistas, economistas e sociólogos. |
| DAD4098 | Discurso e Sociedade | 30 | 02 | Discursos e narrativas de teoria das organizações. Textos e Estórias. Ficção e Realidade. Retórica e Discurso. Diálogo e Silêncio. Poder e Ideologia. Identidade e Metáforas. História e Memória. Análise francesa do discurso. Análise crítica do discurso. |
| DAD4107 | Economic Sociology and Sociology of Markets | 60 | 04 | Economic Sociology and Sociology of Markets ...This course is an introduction to Economic Sociology and Sociology of Markets, and it aims to provide a set of sociological tools to comprehend economic action and markets. |
| DAD4068 | Estratégia e Institucionalização | 60 | 04 | Análise comparativa de vertentes do pensamento estratégico, envolvendo conceitos básicos de estratégia, suas origens, bem como o estudo das escolas, sua formação e institucionalização. |
| DAD4084 | Estratégias de Internacionalização | 60 | 04 | Estudo das estratégias de internacionalização, da administração de negócios internacionais e da complexidade do ambiente internacional de negócios. |
| DAD4067 | Ética, Trabalho e Organizações | 60 | 04 | Estudo da formação profissional do Homem contemporâneo como referência institucional para práticas de constituição de si em organizações formais e na sociedade. |
| DAD4119 | Inteligência artificial, colonialismo de dados e ferramentas hackers em estudos organizacionais | 60 | 04 | Estudo do desenvolvimento da inteligência artificial no processo de colonização de dados, a partir do processo de resistência na América Latina, assim como o desenvolvimento de ferramentas hackers para as análises organizacionais. |
| DAD4112 | Micropolíticas e Bem-Estar Comum | 60 | 04 | A disciplina se pauta em entender a produção como dever, pela ótica do desejo intensivo, que se estabelece em paradoxo com a linguagem, a cultura, a identidade e o sujeito. Neste contexto, o estudo abarca as micropolíticas ativa e reativa nas suas relações com a macropolítica. Trata-se de uma leitura crítica sobre o inconsciente colonial-capitalístico, realizada por meio da afirmação do pensamento no intensivo, |

| | | | | |
|---------|--|----|----|--|
| | | | | pensamento nômade, em multiplicidades e no diálogo com o Bem-Estar Comum. A abordagem se constrói no encontro com as contribuições de Espinosa, Nietzsche, Deleuze e Guattari, Foucault e Antonio Negri. |
| DAD4114 | Práticas Didáticas em Ciências Sociais Aplicadas | 60 | 04 | A produção do conhecimento e a docência na área de Ciências Sociais Aplicadas. Pressupostos teóricos, metodológicos e práticos da Educação Superior. Planejamento e prática de ensino na graduação e na pós-graduação <i>lato-sensu</i> na área de Ciências Sociais Aplicadas. |
| DAD4073 | Redes Sociais e Inovação | 60 | 04 | Estudo do impacto da formação e evolução das redes sociais sobre os processos de desenvolvimento e difusão de inovação. |
| DAD4115 | Relações Raciais e Teorias das Organizações | 60 | 04 | Estudos sobre como as relações raciais são constitutivas das Teorias das Organizações em Administração. |
| DAD4066 | Simbolismo Organizacional | 60 | 04 | Discussão conceitual sobre símbolos e signos, bem como o seu debate na perspectiva organizacional |
| DAD5006 | Subjetividade nas Organizações | 60 | 04 | As manifestações psíquicas nas organizações tomadas a partir de dois pontos de vista: 1) o da organização, enquanto estrutura psíquica coletiva; e 2) o do indivíduo no trabalho, enquanto sujeito e objeto de realização e de sofrimento. |
| DAD4100 | Território e Desenvolvimento nos Estudos Organizacionais | 60 | 04 | Estudo do tema do desenvolvimento nos Estudos Organizacionais, desvelando a colonialidade epistêmica na gestão do desenvolvimento. Compreensão do processo de produção do espaço urbano, seus agentes produtores e interesses. Apresentação das abordagens e concepções de território e seus principais componentes. Análise de processos alternativos de organização. |
| DAD4103 | Tópicos Especiais em Estudos Organizacionais e Sociedade | 60 | 04 | Estudo de temas contemporâneos relacionados com Estudos Organizacionais e Sociedade. |

E) DISCIPLINAS OPTATIVAS DO MESTRADO E DOUTORADO – LINHA 2: “Marketing e Cadeias Produtivas”

| CÓD. | DISCIPLINAS | C/H | CR | EMENTAS |
|---------|----------------------------|-----|----|--|
| DAD4113 | Administração de Marketing | 60 | 04 | A disciplina trata da adoção e implementação da administração de |

| | | | | |
|---------|--|----|----|--|
| | | | | marketing na relação entre organizações e mercados na sociedade contemporânea. |
| DAD4083 | Análise Multivariada de Dados | 60 | 04 | Apresentar os conceitos e práticas fundamentais da análise multivariada de dados, contendo estatística paramétrica e não paramétrica. |
| DAD5009 | Avaliação de Informações Organizacionais | 60 | 04 | Estudo das informações organizacionais divulgadas pelas empresas e seu impacto aos stakeholders. |
| DAD4069 | Competitividade, Estratégia e Estruturas Produtivas | 60 | 04 | Discussão dos conceitos relacionados à competitividade e sua relação com as estruturas de governança e formas de organização e a integração vertical e horizontal, fundamentada nos pressupostos da Nova Economia Institucional e teorias relacionadas. |
| DAD4105 | Comportamento do Consumidor | 60 | 04 | Estudo do comportamento do consumidor organizacional e/ou individual; das influências culturais, subculturais, individuais, familiares e de grupos; do processo de decisão de compra (reconhecimento do problema, compra, uso e descarte); das emoções (positivas e negativas); dos processos que guiam o comportamento individual (memória, aprendizagem, percepção, atitude) |
| DAD4109 | Consumo, Marketing e Sociedade | 60 | 04 | Estudo do consumo enquanto fenômeno que é cultural, social e econômico; que tem implicações para marketing e é engendrado por práticas de marketing; que tem desdobramentos para a sociedade e é impactado pela sociedade. |
| DAD4087 | Cultura, Consumo e Mercado | 60 | 04 | Estudo dos conteúdos que permitam compreender o comportamento das pessoas enquanto consumidoras no mundo contemporâneo considerando para tanto questões culturais, do universo simbólico, de estilo, de racionalidade, sociais de pertencimento e distinção, grupos de referência e contextos de consumo. |
| DAD4117 | Cultura, Consumo e Moda | 60 | 04 | Para a teoria do consumidor na economia, as pessoas escolhem obter um bem em detrimento do outro em virtude da utilidade que ele lhes proporciona. A partir da análise de diferentes escolas, verifica-se que as outras questões, especialmente as relacionadas aos aspectos simbólicos do consumo, têm um poder explicativo maior para as ações relacionadas a este fenômeno e evoluem a partir da perspectiva racional. A análise da significação do consumo possibilita entender como a interação das pessoas com marcas/produtos funciona como formas de comunicação que possibilitam a interação social. Aspectos simbólicos e interações |

| | | | | |
|---------|--|----|----|--|
| | | | | <p>sociais do consumo encontram-se diretamente imbricados com questões culturais. A Cultura possibilita o entendimento das comunidades de consumo a partir da análise de suas posses. Dentre as teorias que se propõem a explicar aspectos simbólicos do consumo, uma das mais emblemáticas é a do sistema da moda. O sistema da moda é instrumento de transferência de significados do mundo para os objetos de consumo e, destes, para o consumidor/possuidor. Portanto, estudar esta dinâmica é entender como os produtos/marcas passam a ter significado comum em determinadas relações de tempo e espaço. A complexidade da moda está principalmente na sua faceta de processo comunicacional e, para entender este sistema se faz necessária a compreensão das teorias explicativas do fenômeno de adoção e disseminação de comportamento de moda enquanto modo de consumo e produção de significados, levando a moda a ser um fenômeno objeto de estudo de filósofos, antropólogos, semioticistas, semiologistas, economistas e sociólogos.</p> |
| DAD4098 | Discurso e Sociedade | 30 | 02 | <p>Discursos e narrativas de teoria das organizações. Textos e Estórias. Ficção e Realidade. Retórica e Discurso. Diálogo e Silêncio. Poder e Ideologia. Identidade e Metáforas. História e Memória. Análise francesa do discurso. Análise crítica do discurso.</p> |
| DAD4118 | Estratégia Organizacional e Vantagem Competitiva | 60 | 04 | <p>Estudo das origens e conceitos de estratégia e os seus desdobramentos nas discussões sobre a obtenção de vantagem competitiva pelas organizações, bem como sobre as diferentes abordagens em estratégia, os tipos de estratégias organizacionais e alguns tópicos especiais em estratégia.</p> |
| DAD4092 | Estratégias de Coordenação em Sistemas Produtivos | 60 | 04 | <p>Estudo de conteúdo pertinente à compreensão de mecanismos de coordenação interorganizacionais, considerando cadeias de suprimentos, sob a perspectiva da Gestão da Cadeia de Suprimentos (SCM) e outras abordagens de sistemas produtivos, tais como redes (network) e sistemas agroindustriais. Contextualização dos mecanismos de coordenação, enquanto escolha estratégica em sistemas produtivos.</p> |
| DAD4075 | Gestão de Marketing e Inovação | 60 | 04 | <p>Estudo da relação entre as organizações e o mercado, sob uma perspectiva de marketing, tendo em vista ações empreendedoras e processos de inovação por parte das organizações.</p> |
| DAD4108 | Governance and incentives in supply chains | 60 | 04 | <p>Study of the importance of supply chain coordination, under the lens of</p> |

| | | | | |
|---------|--|----|----|--|
| | | | | the Organizational Economics and Economics of Information. Consideration of institutional environment and institutional arrangements in chain design, competitiveness and performance. Analysis of supply chain considering New Institutional Economics, Transaction Cost Economics, Economics of Information, Principal-Agent and Agency costs. |
| DAD4110 | Mensuração, Recursos e Capacidades em Cadeias Produivas | 60 | 04 | Estudo da escolha dos arranjos institucionais, no campo das organizações e estratégia, ao se considerar a Teoria dos Custos de Mensuração e os recursos e as capacidades, na abordagem da <i>Resource Based View</i> , bem como sua influência nas relações intra e inter-organizacionais em cadeias produtiva. |
| DAD4096 | Organizações e Teoria da Concorrência Imperfeita | 60 | 04 | Estudo de conteúdo pertinente à compreensão da dinâmica de mercado sob o enfoque da teoria da Organização Industrial, considerando os paradigmas Estrutura-Condução-Desempenho, Schumpeteriano e Neo-Schumpeteriano, bem como mecanismos de regulação e política industrial. |
| DAD4086 | Práticas de Marketing e Mercado | 60 | 04 | A disciplina enfoca o processo de construção e funcionamento de mercados por meio da análise de diferentes agentes econômicos e organizações mediadoras, bem como ações de marketing. |
| DAD4093 | Teoria de Marketing | 60 | 04 | Estudo da construção teórica de marketing enquanto disciplina acadêmica e campo de atuação administrativa. |
| DAD4104 | Tópicos Especiais em Marketing e Cadeias Produtivas | 60 | 04 | Estudo de temas contemporâneos relacionados com Marketing e Cadeias Produtivas. |
| DAD4079 | Tópicos Especiais em Marketing e Mercado | 60 | 04 | A disciplina enfoca o processo de construção e funcionamento de mercados por meio da análise de diferentes agentes econômicos e organizações mediadoras, bem como ações de marketing. |
| DAD4082 | Varejo e Vendas | 60 | 04 | Apresentar os conceitos e práticas fundamentais da administração de varejo em marketing, assim como a discussão de temas atuais e tendências comerciais no contexto mercadológico. |