



UFEM EDUCACIONAL

DOUTORADO EM ADMINISTRAÇÃO

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO

ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

LINHAS DE PESQUISA

ESTRATÉGIA E INOVAÇÃO: Abrange estudos e pesquisas acerca de temas relacionados a: Planejamento Estratégico; Processos de negócios; Gestão da Inovação e da Tecnologia; Sustentabilidade e Inovação; e Empreendedorismo.

MARKETING E CIÊNCIAS DO CONSUMO: Abrange estudos e pesquisas acerca de temas relacionados a: Marketing Estratégico; Neurociência; Branding; Comportamento do Consumidor; Consumo Consciente; e Arquitetura de Escolha.

FINANÇAS E SUSTENTABILIDADE: Abrange estudos e pesquisas acerca de temas relacionados a: Finanças Empresariais; Mercado de Capitais e Finanças Corporativas; Gestão de Riscos Financeiros; Finanças Sustentáveis; e Finanças Comportamentais.

ORGANIZAÇÕES E PESSOAS: Abrange estudos e pesquisas acerca de temas relacionados a: Gestão Estratégica de Pessoas; Comportamento Organizacional; Cultura Organizacional; Educação para Sustentabilidade; e Liderança e Aprendizagem Organizacional.

ESTRUTURA CURRICULAR

DOUTORADO

TOTAL DE CRÉDITOS: 36

DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS

1 - CIÊNCIA E CONHECIMENTO EM ADMINISTRAÇÃO - 04 CR; 60 H

Ementa: Conhecimento e cultura, uma abordagem inicial orientadora; A discussão crítica sobre as bases epistemológicas do conhecimento moderno, o qual constitui o grande paradigma na elaboração teórica e na prática metodológica em Administração; A epistemologia do realismo construtivista; A discussão sobre a natureza do conhecimento científico e da ciência como fenômeno histórico e social; As ciências humanas e sociais no que têm de próprio; Contribuições mais recentes quanto ao método do pensamento, de interesse e uso no estudo da Administração.

Bibliografia Básica:

ALVARENGA NETO, R.C.D. Gestão do conhecimento em organizações: proposta de mapeamento conceitual integrativo. São Paulo – SP: Saraiva, 2008. 257p.

DE PAULA, A.P.P. Repensando os estudos organizacionais: para uma nova teoria do conhecimento. Rio de Janeiro – RJ: Editora FGV, 2016. 300p.

CARREÑO, O.; MORENO, V.; MAYORGA, D. stimulation of learning in the subject/learning unit fundamentals of administration. International journal of health sciences. 2022. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns2.8649>.

FEITOSA, M.G.G.; RAMPAZZO, N.L.; MELLO, P.R.C.B.; PAULA, S.L. Ciência e Conhecimento em Administração: estudos epistemológicos. Recife – PE: Editora UFPE, 2020. 216p.

NOHARA, I.P.D.; ALMEIDA, L.E. Coleção Compliance - Cultura Organizacional em Compliance - volume 10. São Paulo – SP: Editora Revista dos Tribunais - Thomson Reuters, 2021. 260p.

SANTOS, E.L.; SANTOS, R.S.; BRAGA, V. Administração do Desenvolvimento: História, Teorias e Perspectivas. Curitiba – PR: Editora Appris. 2020. 305p.

SCHEIN, E.H. Cultura Organizacional e Liderança. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2022. 328p.

TROFYMCHUK, O.; NESTERENKO, O.; NETESIN, I. Methodology for Designing Analytical Information Systems for Administrative Management. Science and Innovation. 2022. <https://doi.org/10.15407/scine18.04.025>.

2 - PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO - 04 CR; 60 H

Ementa: Pesquisa de Survey como Método das Ciências Sociais; Características científicas da Pesquisa de Survey; Desenhos Básicos de Pesquisa de Survey; Mensuração, Tipos de Dados e Classificação de Variáveis; Variável Latente e Escala; Questionário como Instrumento de Coleta de Dados; Diretrizes para Elaboração de Questões; Formato de Questões relacionadas a Opiniões e Sentimentos; Questionário autoadministrado; Validade e Confiabilidade; Análise de Componentes Principais; Análise Fatorial; Modelagem de Equações Estruturais com base em Matriz de Covariância; Modelagem de Equações Estruturais fundamentada em Mínimos Quadrados Parciais; Regressão Logística.

Bibliografia Básica:

ALI, F.; KIM, W.G.; LI, J.; COBANOGLU, C. A comparative study of covariance and partial squares based structural equation modeling in hospitality and tourism research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, v.30, n.1, p.416-435, 2018.

BAGOZZI, R.P. Structural equation models are modeling tools with many ambiguities: comments acknowledging the need for caution and humility in their use. *Journal of Consumer Psychology*, v.20, p.208-214, 2010.

BENTLER, P.M. On tests and indices for evaluating structural models. *Personality and Individual Differences*, 42, p.825-829, 2007.

DESSUPOIO, N. C.; VIEIRA, P. R. C.; TROCCOLI, I. R. Impact of the Relevant Dimensions in the Corporate Identity of a Public Higher Education Institution. *INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT AND ECONOMIC RESEARCH (IJBMER)*, v. 9, p. 1258-1269, 2018.

FOWLER, F. J. *Survey Research Methods*. Thousand Oaks: Sage, 2009.

GROVES, R.M.; FOWLER, F.J.; COUPER, M.P.; LEPKOWSKI, J.M.; SINGER, E.; TOURANGEAU, R. *Survey Methodology*. New Jersey: Wiley, 2009.

RIBAS, J.R.; VIEIRA, P.R.C.V. *ANÁLISE MULTIVARIADA COM O USO DO SPSS*. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2011.

SARSTEDT, M.; MOOI, E. *A Concise Guide to Market Research: the process, data, and methods using IBM SPSS Statistics*. New York: Springer, 2014.

3 - SEMINÁRIOS DE PESQUISA I - EXAME DE QUALIFICAÇÃO - 02 CR; 30 H

Ementa: Articulação entre o referencial teórico e os procedimentos metodológicos. Elaboração dos instrumentos e coleta de dados. Produção/coleta de dados. Sistematização inicial dos dados. Revisão bibliográfica. Produção do texto referente ao movimento metodológico. Organização do texto para exame de qualificação.

4 - SEMINÁRIO DE PESQUISA II - TESE - 02 CR; 30 H

Ementa: Acompanhamento da escrita da tese. Organização do trabalho acadêmico de cada mestrando de modo que seja elaborado o texto da Tese com a finalidade de realizar a defesa final.

5 - ESTUDOS AVANÇADOS SUPERVISIONADOS I - 02 CR; 30 H

Ementa: Abordagem de temas atuais em destaque nas análises da problemática da Administração na contemporaneidade, refletindo o alinhamento entre o ambiente acadêmico e o setor empresarial, com vistas ao desenvolvimento de propostas e ações para o alcance da Agenda 2030, bem como sobre o papel das empresas para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

6 - ESTUDOS AVANÇADOS SUPERVISIONADOS II - 02 CR; 30 H

Ementa: Abordagem de temas atuais em destaque nas análises da problemática da Administração na contemporaneidade, refletindo o alinhamento entre o ambiente acadêmico e o setor empresarial, com vistas ao desenvolvimento de propostas e ações para o alcance da Agenda 2030, bem como sobre o papel das empresas para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

6 - ESTUDOS AVANÇADOS SUPERVISIONADOS II - 02 CR; 30 H

Ementa: Abordagem de temas atuais em destaque nas análises da problemática da Administração na contemporaneidade, refletindo o alinhamento entre o ambiente acadêmico e o setor empresarial, com vistas ao desenvolvimento de propostas e ações para o alcance da Agenda 2030, bem como sobre o papel das empresas para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

7 - ESTUDOS AVANÇADOS SUPERVISIONADOS III - 02 CR; 30 H

Ementa: Abordagem de temas atuais em destaque nas análises da problemática da Administração na contemporaneidade, refletindo o alinhamento entre o ambiente acadêmico e o setor empresarial, com vistas ao desenvolvimento de propostas e ações para o alcance da Agenda 2030, bem como sobre o papel das empresas para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

8 - ESTUDOS AVANÇADOS SUPERVISIONADOS IV - 02 CR; 30 H

Ementa: Abordagem de temas atuais em destaque nas análises da problemática da Administração na contemporaneidade, refletindo o alinhamento entre o ambiente acadêmico e o setor empresarial, com vistas ao desenvolvimento de propostas e ações para o alcance da Agenda 2030, bem como sobre o papel das empresas para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

9 - ESTUDOS AVANÇADOS SUPERVISIONADOS V - 02 CR; 30 H

Ementa: Abordagem de temas atuais em destaque nas análises da problemática da Administração na contemporaneidade, refletindo o alinhamento entre o ambiente acadêmico e o setor empresarial, com vistas ao desenvolvimento de propostas e ações para o alcance da Agenda 2030, bem como sobre o papel das empresas para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS POR LINHAS DE PESQUISA

LINHA 1. ESTRATÉGIA E INOVAÇÃO – 04 CR; 60 H

Ementa: Estudo da estrutura intelectual e teórica do campo de Administração Estratégica; O processo da estratégia; Análise setorial; Controle estratégico; Tipologias de inovação; Gestão da inovação; Inovação, Competitividade e desempenho; Inovação e políticas públicas; Inovação e sustentabilidade; Relação entre estratégia, inovação e vantagem competitiva; Estratégias de inovação.

Bibliografia Básica:

ABDALA, M.M.; CONEJERO, M.A.; OLIVEIRA, M.A. Administração Estratégica: da Teoria à Prática no Brasil. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2019. 264p.

BURGELMAN, Robert A.; CHRISTENSEN, Clayton M.; WHEELWRIGHT, Steven C. Gestão estratégica da tecnologia e da inovação: conceitos e soluções. AMGH Editora, 2013.

CHRISTENSEN, C. M. The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail. Harvard Business Review Press. 2013.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. Strategic management: concepts and cases: competitiveness and globalization. Boston: Cengage Learning. 2017.

KIM, W. C.; MAUBORGNE, R. Blue ocean strategy, expanded edition: how to create uncontested market space and make the competition irrelevant. Harvard Business Review Press. 2014.

SROUR, Robert Henry. Poder, cultura e ética nas organizações: o desafio das formas de gestão. Elsevier, 2005.

TEECE, D. J. Dynamic capabilities and strategic management: organizing for innovation and growth. Oxford University Press. 2018.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. Managing innovation: integrating technological, market and organizational change. John Wiley & Sons. 2013.

LINHA 2 – MARKETING E CIÊNCIAS DO CONSUMO – 04 CR; 60 H

Ementa: Teorias comportamentais; Processos de tomada de decisão do consumidor; Ciências do consumo; Pesquisa de mercado; Segmentação de mercado; Branding; Publicidade; Promoção de vendas; Marketing digital; e Análise de dados.

Bibliografia Básica:

BEDENDO, M. Branding: processos e práticas para a construção de valor. São Paulo – SP: Saraiva, 2019. 288p.

GENG, Y.; MAIMAITUERXUN, M. Research Progress of Green Marketing in Sustainable Consumption based on CiteSpace Analysis. SAGE Open, 12. 2022. <https://doi.org/10.1177/21582440221119835>.

GIBOTTI, F. O CRM no Contexto da Ciência do Consumo (Varejo em Foco). Poligrafia; 1ª edição, 2021. 136p.

GOMES, L.F.A.; GOMES, C.F.S. Princípios e Métodos para Tomada de Decisão - Enfoque Multicritério. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2019. 360p.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 5.0: Tecnologia para a humanidade. Rio de Janeiro – RJ: Editora Sextante, 2021. 286p.

LIM, W. The Sustainability Pyramid: A Hierarchical Approach to Greater Sustainability and the United Nations Sustainable Development Goals With Implications for Marketing Theory, Practice, and Public Policy. Australasian Marketing Journal, 2022, 30, 142 - 150.

PROVOST, F.; FAWCETT, T. Data Science para negócios. Rio de Janeiro – RJ: Editora Alta Books, 2016. 404p.

SHARDA, R.; DELEN, D.; TURBAN, E. Business Intelligence e Análise de Dados para Gestão do Negócio. Porto Alegre – RS: Editora Bookman, 2019. 614p.

LINHA 3 – FINANÇAS E SUSTENTABILIDADE – 04 CR; 60 H

Ementa: A História das Finanças; Fundamentos das Finanças Corporativas; Princípios da Contabilidade; Análise Econômica e Financeira das Demonstrações Financeiras; Finanças Corporativas de Curto Prazo; Gestão Estratégica do Capital de Giro; Análise de investimentos; Projeção dos Fluxos de Caixa do Acionista (FCAt); Parâmetros de Seleção de Investimentos; Finanças Corporativas Sustentáveis; Desafios dos Investimentos ESG; Custo de Capital; Alavancagem Financeira e Estrutura de Capital; Project Finance e Parcerias Público-Privadas.

Bibliografia Básica:

AMATO NETO, J.; ANJOS, L.C.; JUKEMURA, P.K. CAVALCANTE, Y. ESG Investing: um Novo Paradigma de Investimentos? Editora Blucher: 2022. 160p.

ASSAF NETO, A. Finanças Corporativas e Valor. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2020. 560p.

ASSAF NETO, A.; SILVA, C.A.T. Administração Do Capital De Giro. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2011. 288p.

BARBIERI, J.C. Desenvolvimento sustentável: Das origens à agenda 2030. Petrópolis – RJ: Editora Vozes, 2020. 264p.

FREZATTI, F. GESTÃO DO FLUXO DE CAIXA. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2014. 152p.

MÁLAGA, F.K. Análise de Demonstrativos Financeiros e da Performance Empresarial: Para Empresas Não Financeiras. São Paulo – SP: Editora Saint Paul, 2014. 303p.

OLIVO, R.L.F. Breve História das Finanças: e as Suas Lições Práticas Para os Investidores. Editora Actual, 2021. 312p.

YOSHIDA, C.Y.M. Finanças sustentáveis e a responsabilidade socioambiental das instituições financeiras. Belo Horizonte – MG: Editora Fórum, 2017. 417p.

LINHA 4 - ORGANIZAÇÕES E PESSOAS - 04 CR; 60 H

Ementa: Organizações como sistemas socioculturais; Organizações e ambiente: ambiente técnico e institucional, níveis de análise, campo organizacional; Pilares institucionais: regulativo, normativo e cultural-cognitivo; Legitimidade, dominação e poder; Atores sociais, agência e instituições; Persistência e mudança organizacional e institucional; Contexto social, subjetividade e Desenvolvimento Gerencial.

Bibliografia Básica:

CARVALHO-FREITAS, M.N.; BENTIVI, D.R.C.; RIBEIRO, E.A.; MORAES, M.M.; DI LASCIO, R.; BARROS, S.C. Psicologia Organizacional e do Trabalho - Perspectivas TeóricoPráticas. São Paulo – SP: Editora Vetor, 2022. 588p.

DUTRA, J.S.; DUTRA, T.A.; DUTRA, G.A. Gestão de pessoas - realidade atual e desafios futuros. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2017. 496p.

KOTTER, J.P. Liderando mudanças: transformando empresas com a força das emoções. Rio de Janeiro – RJ: Editora Alta Books, 2017. 208p.

LEONIDOVA, O. The concept and genesis of powers, the mechanism of their regulation and legitimacy when established at the legislative level. Analytical and Comparative Jurisprudence. 2023. <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2022.06.4>.

MOMČILOVIĆ, O., VUJIČIĆ, S., & DOLJANICA, D. Analysis and influence of the level of innovation & leadership on the level of organizational changes. Journal of Process Management and New Technologies. 2022.

PARENTE, F.A.C. Desenvolvimento gerencial – Avaliação de Programas Educacionais para Gestão. Belo Horizonte – MG: Editora Dialética, 2021.

PETROV, I., & PETROVA, S. Socio-cultural process as a category of cultural discourse. Voprosy kul'turologii (Issues of Cultural Studies). 2022. <https://doi.org/10.33920/nik-01-2207-02>.

SCHEIN, E.H. Cultura Organizacional e Liderança. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2022. 328p

DISCIPLINAS ELETIVAS

1 - PRINCÍPIOS DA ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - 04 CR; 60 H

Ementa: Origens. O processo de administração estratégica; Diferentes perspectivas; Escola do planejamento; Estratégia e estrutura; Análise do macroambiente, do ambiente competitivo e da concorrência; Grupos estratégicos; Estratégia como posição; Estratégia como padrão; Liderança; Escolha estratégica; Mudança estratégica; Capacidades organizacionais; Vantagem competitiva e visão baseada nos recursos.

Bibliografia Básica:

ABDALA, M.M.; CONEJERO, M.A.; OLIVEIRA, M.A. Administração Estratégica: da Teoria à Prática no Brasil. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2019. 264p.

ABRANTES-METZ, R. Competitive Analysis. The Fairchild Books Dictionary of Fashion. 2022. https://doi.org/10.1142/9789813225831_0007.

BARRETO, F.G. TRENNEPOHL, N. POLIDO, W.A. Riscos e Danos Ambientais – Aspectos práticos dos instrumentos de prevenção e reparação. Indaiatuba – SP: Editora Foco, 2023. 204p.

CRUZ, T. Manual de Planejamento Estratégico: Ferramentas Para Desenvolver, Executar e Aplicar. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2017. 248p.

LAZARINI, L.C.; FERNANDES, J.C.A. Gestão Estratégica de Mudanças Corporativas. São Paulo – SP: Editora Saraiva, 2009. 208p.

OLIVEIRA, D.P.R. Estratégia Empresarial & Vantagem Competitiva. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2014. 512p.

SHALIGRAM, B. Study on Organisational Capability and Their Strategic Impact on Firms Market Share. Novel Perspectives of Engineering Research Vol. 5. 2022. <https://doi.org/10.9734/bpi/nper/v5/5186f>.

WALUMWEYA, M.; PHIRI, J. Adopt Effective Competitive Strategies in Response to Environmental Challenges for National Public Broadcasting Corporation in Developing Countries: A Participatory Approach. Open Journal of Business and Management. 2022. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2022.101011>.

2 - EMPREENDEDORISMO E NEGÓCIOS INOVADORES - 04 CR; 60 H

Ementa: Discussões e controvérsias interdisciplinares em torno da teoria de empreendedorismo; O fenômeno empreendedor multicultural e o desenvolvimento local no âmbito da nova economia; Economia solidária e os negócios empreendedores: tecnologias inovadoras de articulação social e cidadania; As oportunidades de absorção de recursos emergentes nos sistemas produtivos de negócios contemporâneos; Competências empreendedoras como suporte de relacionamento em redes sociais de inovação; Empreendedorismo internacional e o Mercado globalizado: limites e possibilidades.

Bibliografia Básica:

BESSANT, J.; TIDD, J. Inovação e Empreendedorismo. Porto Alegre – RS: Editora Bookman, 2019. 526p.

II, V. Articulation: Individuals to Collectives. IAFOR Journal of Cultural Studies. 2022. <https://doi.org/10.22492/ijcs.7.1.01>.

JOHNSON, K.D. A mente do empreendedor – Os 100 hábitos e comportamentos dos mais bem-sucedidos empresários do mundo. Bauru – SP: Astral Cultural, 2019. 288p.

ÖZDEMİR, P. Entrepreneurship Education in Blue Universities. Deniz Taşımacılığı ve Lojistiği Dergisi. 2023. <https://doi.org/10.52602/mtl.1135494>.

SINGER, P. Economia solidária: Introdução, história e experiência brasileira. São Paulo – SP: Editora Unesp, 2022. 254p.

SOUZA, J.M. Empreender Em Mercados Internacionais. São Paulo – SP: Editora Saraiva, 2014. 184p.

TORKKELI, L.; LOANE, S. Resilient growth in international entrepreneurship. Small Enterprise Research, 29, 199 - 204. 2022.

YUNUS, M. Criando um Negócio Social. Rio de Janeiro – RJ: Editora Campus, 2010. 210p.

3 - ESTUDOS DE CONSUMO – 04 CR; 60 H

Ementa: O consumo do ponto de vista das empresas e dos consumidores; Apresentação de temas como comportamento do consumidor, gerenciamento de marcas, segmentação e posicionamento dentro da era digital; A empresa centrada no consumidor e na sociedade; O novo papel do Marketing na era digital.

Bibliografia Básica:

ARIELY, D. Previsivelmente irracional: As forças invisíveis que nos levam a tomar decisões erradas. Editora Sextante; 1ª edição. 2020. 304 p.

DUBOIS, B. Compreender o consumidor 2ª ed. Lisboa: Dom Quixote, 1998.

EVANS, D. Why consumption, why society, why now? Consumption studies and societal challenges. Consumption and Society. 2022.

GABRIEL, M.; KISO, R. Marketing na Era Digital - Conceitos, Plataformas e Estratégias. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2020. 576p.

HAWKINS, D.; MOTHERSBAUGH, D. Comportamento do Consumidor: construindo a estratégia de marketing. 13ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2018.

SCHIFFMAN, L.G.; KANUK, L.L. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR. 6ª ed. Rio de Janeiro: Editora LTC, 2000. 476 p.

SOLOMON, M. Comportamento do Consumidor: Comprando, possuindo e sendo. Porto Alegre, Bookman, 11ª edição, 2016.

WELCH, D.; SAHAKIAN, M.; WAHLEN, S. Consumption and society in the 21st century. *Consumption and Society*. 2022. <https://doi.org/10.1332/yрта1119>.

4 - PENSAMENTO CONTEMPORÂNEO EM MARKETING – 04 CR; 60 H

Ementa: O estruturalismo, o pensamento pós-estruturalista e o marketing; A semiótica e o marketing; Marketing crítico; A modernidade e o marketing; Marketing num mundo pósmoderno.

Bibliografia Básica:

AHLBERG, O.; COFFIN, J.; HIETANEN, J. Bleak signs of our times: Descent into 'Terminal Marketing'. *Marketing Theory*, 22, 667 - 688. 2022. <https://doi.org/10.1177/14705931221095604>.

GABRIEL, M.; KISO, R. *Marketing na Era Digital - Conceitos, Plataformas e Estratégias*. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2020. 576p.

GORDON, R.; BÁDÉJO, F.; GURRIERI, L. Towards a framework for critical social marketing: what is to be done for emancipation?. *Journal of Marketing Management*, 38, 2135 - 2163. 2022.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. *Marketing 5.0: Tecnologia para a humanidade*. Rio de Janeiro – RJ: Editora Sextante, 2021. 286p.

NYKONENKO, A. FACTORS AND TRENDS OF MODERN MARKETING. *International scientific journal "Internauka". Series: "Economic Sciences"*. 2023. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-2-8517>.

REICHHELD, F.; MARKEY, R. *A pergunta definitiva 2.0: como as empresas que implementam o net promoter score prosperam em um mundo voltado aos clientes*. Rio de Janeiro – RJ: Editora Alta Books, 2018. 224p.

SANTAELLA, L.; NOTH, W. *Estratégias Semióticas da Publicidade*. São Paulo – SP: Cengage Learning, 2010. 312p.

SOUZA, F.A.M. *O Grande Livro Do Marketing*. São Paulo – SP: Editora M. Books, 2013. 448p.

5 - GERENCIAMENTO DE RISCO – 04 CR; 60 H

Ementa: Conceitos de risco; Tipos de Risco. Risco de mercado; Distribuições dos retornos; Normalidade; Estacionaridade; CAPM e APT (Revisão); Teoria da carteira (Revisão); Mercados Eficientes (Revisão); Volatilidade; Principais modelos de previsão: EWMA, implícita, ARCH, GARCH, etc; Value-at-Risk (VaR); Métodos Paramétricos e Não Paramétricos; Simulação de Monte Carlo; Backtesting e Teste de Stress; Duration; Avaliação de Derivativos; Modelo de B & S; Estratégias com Derivativos (carteiras lineares e não lineares); Modelos delta, gama, etc; Gestão do Risco de Crédito; Gestão do Risco Operacional.

Bibliografia Básica:

CARVALHO, N. *A saga do mercado de capitais no Brasil*. São Paulo – SP: Editora Saint Paul, 2014. 288p.

CORNWELL, N.; BILSON, C.; GEPP, A.; STERN, S.; VANSTONE, B. The role of data analytics within operational risk management: A systematic review from the financial services and energy sectors. *Journal of the Operational Research Society*, 74, 374 - 402. 2022. <https://doi.org/10.1080/01605682.2022.2041373>.

GIAMBIAGI, F. *Derivativos e Risco de Mercado*. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2017. 320p.

JORION, P. *Value At Risk: a Nova Fonte de Referência para a Gestão do Risco Financeiro*. São Paulo – SP: Editora Bm&fbovespa, 2012. 488p.

KAERCHER, A.R.; LUZ, D.F. *Gerenciamento de Riscos*. Rio de Janeiro – RJ: Editora Interciência, 2017.

KUNG, K. Efficiency Of The Stock Markets After The 2008 Financial Crisis: Evidence From The Four Asian Dragons. *Eurasian Journal Of Business And Management*. 2022. <https://doi.org/10.15604/ejbm.2022.10.02.002>.

LEMOS, F.A.C.A. *Análise Técnica dos Mercados Financeiros - Um guia completo e definitivo dos métodos de negociação de ativos*. São Paulo – SP: Saraiva Uni, 2022. 696p.

SILVA, J.P. *Gestão e análise de risco de crédito*. São Paulo – SP: Editora Cengage Learning, 9ª edição, 2016. 464p.

6 - FINANÇAS CORPORATIVAS – 04 CR; 60 H

Ementa: Conceitos Gerais; Relação Risco-Retorno; Avaliação de Ativos; Administração de Carteiras; Estrutura e Custo de Capital; Administração Financeira de Curto Prazo; Orçamento de Capital.

Bibliografia Básica:

ASSAF NETO, A. *Finanças Corporativas e Valor*. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2020. 560p.

BASTOS, C. *O Custo do Capital – Nas decisões de investimento em ativos reais*. Faro – Portugal: Sílabas e Desafios, 2015. 249p.

GIAMBIAGI, F. *Risco e regulação*. Rio de Janeiro – RJ: Editora GEN LTC, 3ª edição, 2010. 336p.

HASTINGS, D.F. *Análise Financeira de Projetos de Investimento de Capital*. São Paulo – SP: Saraiva Uni, 2013. 280p.

MATIAS, A.B. *Finanças Corporativas de Curto Prazo: A Gestão do Valor do Capital de Giro*. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2014. 312p.

OLIVEIRA FILHO, B.G. *Gestão de Fundos de Investimentos - o seu Guia Para Gestão de Carteiras: o seu Guia Para Gestão de Carteiras*. São Paulo – SP: Editora Saint Paul, 2019. 152p.

TSHUGHURYAN, A.; HAKOBYAN, A.; GRIGORYAN, L.; BAYADYAN, A. The Philosophy of Assets Fair Value Presentation in Financial Statements. *WISDOM*. 2022. <https://doi.org/10.24234/wisdom.v24i4.962>.

VORONOVA, E.; LUKINA, Y. Financial statements of companies as an object of investment valuation in the context of global economic uncertainty. *International Accounting*. 2022. <https://doi.org/10.24891/ia.25.10.1155>.

7 - CONSULTORIA ORGANIZACIONAL: HISTÓRICO, TEORIAS E ATUALIDADES - 04 CR; 60H

Ementa: História recente da consultoria em nível internacional; Teorias que podem ser inspiradoras do método e da prática da consultoria; Teorias que foram criadas especificamente para consultoria; Temas da atualidade da prática de consultoria - pesquisas feitas no âmbito do ECCO e artigos colhidos de periódicos especializados; Há ênfase na relação consultor-cliente, entendida como uma relação de conhecimento.

Bibliografia Básica:

AGUIAR, V. Atendimento na era 4.0: como criar a melhor experiência para o seu cliente. Artêra Editorial, 2020. 119p.

BARBOSA, F. A evolução da relação contratual entre consultor e cliente. Belo Horizonte - MG: Editora Dialética, 2022.

GUTTMANN, E.; CROCCO, L. Consultoria Empresarial. São Paulo - SP: Saraiva Uni, 3ª edição, 2017. 176p.

OLIVEIRA, D.P.R. Manual de Consultoria Empresarial. São Paulo - SP: Editora Atlas, 2019.232p.

SEIDENSCHNUR, T.; GALWA, J.; KRÜCKEN, G.; VOGEL, R. Consulting in Context: Legitimacy of Management Consultants in Public Administration and at Universities. *management revue*. 2022. <https://doi.org/10.5771/0935-9915-2022-1-19>.

SHAMGUNOVA, A. "Foreign Experience In The Functioning Of Consulting And Law Firms". *Bulletin of Toraighyrov University. Economics series*. 2022.

WAMBU, O.; ADEGBOYE, A.; KOTECHA, K.; BONSU, N. Consulting for Sustainability and Social Impact in Social Enterprises and Not for Profits. *Advances in Business Strategy and Competitive Advantage*. 2022. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-7724-0.ch010>.

WEISS, A. A Bíblia da Consultoria: métodos e técnicas para montar e expandir um negócio de consultoria. Editora Autêntica Business, 2017. 336p.

8 - CULTURA E MUDANÇA NAS ORGANIZAÇÕES - 04 CR; 60 H

Ementa: Conceitos de cultura na análise organizacional; Cultura organizacional: formação, tipologias e impactos nas organizações; Debates sobre a possibilidade de administração da cultura organizacional: a abordagem antropológica versus a abordagem administrativa; Cultura organizacional e cultura local: o impacto das culturas das sociedades locais nas organizações; Mudança organizacional: conceitos e controvérsias; Perspectivas estrutural, comportamental, tecnológica, cultural e estratégica; O ciclo de vida das organizações; Cultura de desenvolvimento sustentável.

Bibliografia Básica:

BARRETT, R. A organização dirigida por valores: liberando o potencial humano para a performance e a lucratividade. Rio de Janeiro – RJ: Editora Alta Books, 2017. 280p.

BERTI, W. Promovendo mudança organizacional. Belo Horizonte – MG: Editora Dialética, 2022.

KOTTER, J.P. Liderando mudanças: transformando empresas com a força das emoções. Rio de Janeiro – RJ: Editora Alta Books, 2017. 208p.

LARSEN, P.; BLEEKER, M.; HERTZ, E.; KÄSER, I.; LEEMANN, E.; RIVA, S.; SCHAPIRA, R.; SCHULZ, Y. Anthropological Engagement in the International Sphere. TSANTSA – Journal of the Swiss Anthropological Association. 2022. <https://doi.org/10.36950/tsantsa.2022.27.7801>.

MICHELIN, C.; SILUK, J.; GERHARDT, V.; STIELER, E.; SANTOS, F.; ZEN, G. A Qualitative Review of Market-based Company Life Cycle Models. Business Perspectives and Research. 2022. <https://doi.org/10.1177/22785337221127133>.

SARTORI, M.A.; TAVARES, S.M.N. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: Práticas para o alcance da agenda 2030. Rio de Janeiro – RJ: Editora Objetiva, 2020. 142p.

SCHEIN, E.H. Cultura Organizacional e Liderança. São Paulo – SP: Editora Atlas, 2022. 328p.

SILVA, C.L.; LIMA, J.E.S.; RAULI, F.C. Políticas Públicas e Indicadores Para o Desenvolvimento Sustentável. São Paulo – SP: Editora Saraiva, 2010. 192p.

9 – ESTUDOS ESPECIAIS I – 01 CR; 30 H

Ementa: Atividades de preparação e produção de artigos para serem publicados em periódicos ou apresentados em eventos nacionais ou internacionais.

10 – ESTUDOS ESPECIAIS II – 01 CR; 30 H

Ementa: Atividades de preparação e produção de artigos para serem publicados em periódicos ou apresentados em eventos nacionais ou internacionais.

12 – TÓPICOS ESPECIAIS EM MARKETING E CIÊNCIAS DO CONSUMO – 02 CR; 60 H

Ementa: Aprofundamento teórico-conceitual e metodológico de temática específica necessária à construção do objeto de pesquisa do mestrando ou doutorando.

13 – TÓPICOS ESPECIAIS EM FINANÇAS E SUSTENTABILIDADE – 02 CR; 60 H

Ementa: Aprofundamento teórico-conceitual e metodológico de temática específica necessária à construção do objeto de pesquisa do mestrando ou doutorando.

14 - TÓPICOS ESPECIAIS EM ORGANIZAÇÕES E PESSOAS - 02 CR; 60 H

Ementa: Aprofundamento teórico-conceitual e metodológico de temática específica necessária à construção do objeto de pesquisa do mestrando ou doutorando.



FLUXOGRAMA

1º SEMESTRE

NOME DA DISCIPLINA	CRÉDITOS	CARGA HORÁRIA
Ciência e Conhecimento em Administração	04	60h
Pesquisa em Administração	04	60h
Total de Créditos no semestre: 08		

2º SEMESTRE

NOME DA DISCIPLINA	CRÉDITOS	CARGA HORÁRIA
Disciplina Obrigatória da Linha	04	60h
Disciplina Eletiva	04	60h
Total de Créditos no semestre: 08		

3º SEMESTRE

NOME DA DISCIPLINA	CRÉDITOS	CARGA HORÁRIA
Estudos Avançados Supervisionados I	02	30h
Disciplina Eletiva	02	30h
Seminários Internacionais I (extra Opcional*)	01	30h
Total de Créditos no semestre: 04		

*A realização desta disciplina está condicionada à formação de uma turma de, no mínimo, 10 pessoas; os custos para a realização não fazem parte do investimento do curso de mestrado; cada aluno custeará as despesas com a disciplina, passagens aéreas, hospedagem, passaporte e visto (se for o caso).

4º SEMESTRE

NOME DA DISCIPLINA	CRÉDITOS	CARGA HORÁRIA
Estudos Avançados Supervisionados II	02	30h
Seminários de Pesquisa I – Exame de Qualificação	02	30h
Total de Créditos no semestre: 04		

5º SEMESTRE

NOME DA DISCIPLINA	CRÉDITOS	CARGA HORÁRIA
Estudos Avançados Supervisionados III	02	30h
Disciplina Eletiva	02	30h

Total de Créditos no semestre: 04

6º SEMESTRE

NOME DA DISCIPLINA	CRÉDITOS	CARGA HORÁRIA
Estudos Avançados Supervisionados IV	02	30h
Estudos Especiais	01	30h

Total de Créditos no semestre: 03

7º SEMESTRE

NOME DA DISCIPLINA	CRÉDITOS	CARGA HORÁRIA
Estudos Avançados Supervisionados V	02	30h
Estudos Especiais	01	15h
Seminários Internacionais II (extra opcional*)	01	30h

Total de Créditos no semestre: 03

*A realização desta disciplina está condicionada à formação de uma turma de, no mínimo, 10 pessoas; os custos para a realização não fazem parte do investimento do curso de mestrado; cada aluno custeará as despesas com a disciplina, passagens aéreas, hospedagem, passaporte e visto (se for o caso).

8º SEMESTRE

NOME DA DISCIPLINA	CRÉDITOS	CARGA HORÁRIA
Seminários de Pesquisa II - Tese	02	30h

Total de Créditos no semestre: 02

TOTAL GERAL DE CRÉDITOS PARA O DOUTORADO: 36