



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
UFMS-CPAR

DISCIPLINAS DO
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO/ESPECIALIZAÇÃO
LATO SENSU

MBA GESTÃO ESTRATÉGICA DE ORGANIZAÇÕES

Paranaíba
2021

Disciplina: ANÁLISE DE INVESTIMENTOS **CH total: 30 horas (2 créditos)**

Professor: RICHARDSON COIMBRA BORGES (CPAR)

1. EMENTA

Estudo das características gerais da estrutura do Sistema Financeiro Nacional (SFN). Análise das operações financeiras realizadas no mercado de capitais nacional. Compreensão das características gerais dos ativos financeiros negociados no País. Aplicação das principais técnicas de análise de investimentos do mercado de capitais.

2. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- a) Introdução: O sistema e os mercados financeiros, mercado de capitais e as organizações e a estrutura básica sobre o sistema financeiro nacional.
- b) Avaliação de Renda Fixa: SELIC, CETIP, Principais Títulos de Dívida Pública.
- c) Negociação com ações na bolsa: Negociações a vista e a prazo na bolsa de valores.
- d) Análises de mercado: A Análise Fundamentalista de Ações e Macroeconômica e Setorial e dos Fundamentos das Empresas.
- e) Análise técnica de ações: Análise grafista e contábil das ações.
- f) Formação de carteira de investimentos: Técnicas de análise e formação de carteira de investimentos.

3. OBJETIVOS

Proporcionar aos acadêmicos conhecimentos a respeito de investimentos no mercado financeiro, análises de mercado, análise técnica de ações e formação de carteira de investimentos.

4. METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

A ser definida pelo professor, podendo ser: prova objetiva; prova discursiva; produção de vídeos; entrega de trabalhos, fichamentos, listas de exercícios ou revisões de literatura; apresentações de seminários ou outro meio de avaliação adequado à disciplina e livremente definido pelo docente. O professor poderá mais de um dos métodos citados para avaliação dos acadêmicos. Todos os acadêmicos deverão ser avaliados pelo mesmo critério.

5. BIBLIOGRAFIA

Básica

ASSAF NETO, Alexandre. Mercado financeiro. São Paulo: Atlas. 13ª edição, 2015.

PINHEIRO, Juliano Lima. Mercado de capitais: fundamentos e técnicas. 8ª edição. Atlas, 2018.

Complementar

KERR, Roberto Borges. Mercado financeiro e de Capitais. São Paulo: Pearson, 2011.

FORTUNA, Eduardo. Mercado Financeiro: produtos e serviços. 20. ed., rev., atual. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2015.

Disciplina: ATIVIDADES ORIENTADAS E ESPECIAIS CH total: 60 horas (4 créditos)

Professor: OFERECIDA POR TODOS OS 10 PROFESSORES DA PÓS-GRADUAÇÃO E ESPECIFICAMENTE COM SEUS ORIENTANDOS

1. EMENTA

Estudo específico e direcionado ao tema de pesquisa do acadêmico com a orientação de um professor.

2. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Revisão de literatura: Análise de textos e fichamentos de estudos da área de interesse. Leitura de textos indicados pelo professor com vistas a atender os anseios de pesquisa/interesse do acadêmico.
- Criação de uma pergunta de pesquisa e dos objetivos gerais e específicos do tema: Levantamento do problema de pesquisa e como responde-lo.
- Metodologia: Definição da metodologia de trabalho e cronograma da pesquisa.
- Fundamentação teórica: pesquisa aprofundada de publicações científicas relacionadas ao tema de pesquisa em base de dados reconhecidas no meio acadêmico.
- Cronograma e resultados esperados: Definição do cronograma de pesquisa e prazos.
- Entrega de um pré-projeto: Confeção e entrega de um pré-projeto de pesquisa, já com uma revisão de literatura realizada de forma ampla.

3. OBJETIVOS

- Proporcionar aos acadêmicos conhecimentos a respeito da pesquisa científica aplicada às organizações.
- Estimular a produção acadêmica na especialização, com vista a aproximar a ciência às organizações.
- Desenvolver o espírito crítico e reflexivo do acadêmico, com vistas a produção de artigos científicos com reconhecida problematização, análise da literatura, correta aplicação do método, bem como da exposição de resultados científicos relevantes.

4. METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

A ser definida pelo professor, podendo ser: prova objetiva; prova discursiva; produção de vídeos; entrega de trabalhos, fichamentos, listas de exercícios ou revisões de literatura; apresentações de seminários ou outro meio de avaliação adequado à disciplina e livremente definido pelo docente. O professor poderá mais de um dos métodos citados para avaliação dos acadêmicos. Todos os acadêmicos deverão ser avaliados pelo mesmo critério.

5. BIBLIOGRAFIA

Básica

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2010.

SANTOS, C. R. Trabalho de conclusão de curso (TCC): guia de elaboração passo a passo. São Paulo, SP: Cengage Learning, c2010-2012.

Complementar

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R.; FERNÁNDEZ COLLADO, C.; BAPTISTA LUCIO, P. Metodologia de pesquisa. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006-2012.

DIAS, D. S.; SILVA, M. F. Como escrever uma monografia: manual de elaboração com exemplos e exercícios. São Paulo, SP: Atlas, 2010.

Disciplina: ECONOMIA BRASILEIRA CONTEMPORÂNEA E ANÁLISE DE CONJUNTURA ECONÔMICA APLICADO ÀS ORGANIZAÇÕES CH total: 30 horas
(2 créditos)

Professor: ODIRLEI FERNANDO DAL MORO (PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL)

1. EMENTA

Estudo sobre a dinâmica da economia brasileira a partir da década de 1990 e seus impactos nas organizações.

2. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Introdução: Revisão sobre conceitos e fundamentos básicos da Teoria Econômica: (i) Atividade econômica (produção e mercado de trabalho); (ii) Preços (principais índices de inflação, tipos e teorias, Regime de Metas de Inflação); (iii) Política fiscal (resultado primário e nominal, DPMFI); (iv) Política Monetária (moeda, meios de pagamento, crédito, juros); (v) análise do setor externo (câmbio, reservas internacionais e balanço de pagamentos); (vi) Análise da dinâmica da Economia Brasileira pós década de 1990.

- A economia brasileira na década de 1990 e o governo FHC: (i) O Plano Collor e a abertura econômica e financeira; (ii) Renegociação da Dívida Externa e o Plano Real do Governo Itamar; e, (iii) A dinâmica econômica durante o governo FHC (1995-2002) e o impacto sobre as organizações.

- A economia Brasileira e o governo Lula/Dilma (2003-2018): (i) a dinâmica econômica durante o governo Lula e o impacto sobre as organizações; (ii) a dinâmica econômica durante o governo Dilma/Temer e o impacto sobre as organizações; (iii) análise de dados macroeconômicos do período e contextualizações políticas.

- Análise atualizada de períodos recentes: A dinâmica econômica pós 2018, os impactos da pandemia da Covid-19 e os efeitos nas organizações, especialmente as micro e pequenas empresas.

- Análise de dados da Conjuntura Econômica: Política Fiscal, Política Monetária, Política Cambial e de relações econômicas com o exterior; Atividade Econômica interna; e, Preços.

3. OBJETIVOS

- Proporcionar aos acadêmicos conhecimentos a respeito dos principais acontecimentos da economia brasileira a partir da década de 1990, sua relação com a Teoria Econômica e sobre os principais efeitos sobre as empresas.

4. METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

A ser definida pelo professor, podendo ser: prova objetiva; prova discursiva; produção de vídeos; entrega de trabalhos, fichamentos, listas de exercícios ou revisões de literatura; apresentações de seminários ou outro meio de avaliação adequado à disciplina e livremente definido pelo docente. O professor poderá mais de um dos métodos citados para avaliação dos acadêmicos. Todos os acadêmicos deverão ser avaliados pelo mesmo critério.

5. BIBLIOGRAFIA

Básica

GIAMBIAGI, Fabio Et Al. (Org.). Economia Brasileira Contemporânea: (1945-2015). 3. Ed. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier: Campus, 2016.

LACERDA, Antônio Corrêa De; REGO, José Marcio; MARQUES, Rosa Maria. Economia Brasileira. 4. Ed. Rev. e Atual. São Paulo, Sp: Saraiva, 2012. Xiv, 306 P. Isbn 9788502095304.

Complementar

COUTO, Joaquim Miguel; DAL MORO, Odirlei Fernando. A Dinâmica da Dívida Externa Brasileira (1964-2014): de Devedor Externo a Credor Internacional. Maringá, Pr: Eduem, 2017. 187 P. Isbn 9788576287032.

GREMAUD, Amaury Patrick. Economia Brasileira Contemporânea. 8. Rio de Janeiro Atlas 2016 1 Recurso Online Isbn 9788597010206.

Disciplina: EMPREENDEDORISMO	CH total: 30 horas (2 créditos)
Professor: ROOSILEY DOS SANTOS SOUZA (CPAN)	
1. EMENTA	
<p>Estudo sobre o empreendedorismo e o seu papel para o desenvolvimento local, teorias e conceitos sobre o empreendedorismo, perfil e comportamento empreendedor. Os Ecossistemas Empreendedores e Inovadores e o uso das ferramentas que impulsionam o desenvolvimento do comportamento empreendedor. Práticas da gestão empreendedora e sua relação com a inovação e desenvolvimento das Startups orientados para soluções de mercado.</p>	
2. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
<ul style="list-style-type: none">- Empreendedorismo - eixos temáticos e emergentes;- Dinâmicas: Ecológica; Econômica e Social;- Comportamento Empreendedor;- Ecossistemas Empreendedores;- Aspectos conceituais de um Business Plan: Tipos de planos e etapas; Descrição do negócio; Plano operacional; Modelo Econômico-financeiro; Fontes de Financiamento;- Empreendedorismo, Inovação e Startups.- Princípios do Reconhecimento de Oportunidades e de Modelagem de Negócios.- Prototipação Rápida.- Validação de Soluções.- Perspectivas de Atração de Investidores e Parceiros Estratégicos.- Análise do Processo de Execução de Novos Empreendimentos.	
3. OBJETIVOS	
<ul style="list-style-type: none">- Fornecer ao pós-graduando conhecimentos e fundamentos teóricos sobre empreendedorismo e capacitá-lo na perspectiva profissional empreendedora.	
4. METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO	
<p>A ser definida pelo professor, podendo ser: prova objetiva; prova discursiva; produção de vídeos; entrega de trabalhos, fichamentos, listas de exercícios ou revisões de literatura; apresentações de seminários ou outro meio de avaliação adequado à disciplina e livremente definido pelo docente. O professor poderá mais de um dos métodos citados para avaliação dos acadêmicos. Todos os acadêmicos deverão ser avaliados pelo mesmo critério.</p>	
5. BIBLIOGRAFIA	



Básica

- HASHIMOTO, Marcos. Empreendedorismo plano de negócios em 40 lições. 2. São Paulo Saraiva 2019. [Minha Biblioteca].
- HASHIMOTO, Marcos. [et al.] Práticas de empreendedorismo casos e planos de negócios. Rio de Janeiro GEN Atlas 2012. [Minha Biblioteca].

Complementar

- KURATKO, Donald F. Empreendedorismo teoria, processo, prática. São Paulo Cengage Learning 2018 [Minha Biblioteca].
- TAJRA, Sanmya Feitosa. Empreendedorismo conceitos e práticas inovadoras. São Paulo Erica 2019[Minha Biblioteca].

Disciplina: GESTÃO ESTRATÉGICA DA INOVAÇÃO CH total: 30 horas (2 créditos)

Professor: CARLOS RODRIGUES DA SILVA (CPAR)

1. EMENTA

Estudo das ferramentas de análise sobre os processos de inovação, especificamente sobre as suas relações com a gestão, com os contextos, com as estratégias, com os modelos e com os sistemas nacionais (ou regionais) de inovação. Especificamente, análise dos tipos e modelos de inovação, propriedade intelectual, sistemas nacionais de inovação e internacionalização.

2. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Introdução à Gestão da Inovação: tipos e modelos de inovação.
- Ciência, Tecnologia e Inovação.
- A Inovação como um processo de Gestão e Propriedade Intelectual.
- Os contextos da Inovação e internacionalização.
- Sistemas Nacionais (e regionais) de Inovação.

3. OBJETIVOS

- Permitir que os pós-graduandos reflitam e integrem nas suas competências os mecanismos específicos da gestão da inovação, possibilitando uma maior contribuição para gerar maiores performances econômicas, para reforçar padrões de competitividade, para assegurar graus adequados de sustentabilidade e para contribuir com a qualidade na empregabilidade.

4. METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

A ser definida pelo professor, podendo ser: prova objetiva; prova discursiva; produção de vídeos; entrega de trabalhos, fichamentos, listas de exercícios ou revisões de literatura; apresentações de seminários ou outro meio de avaliação adequado à disciplina e livremente definido pelo docente. O professor poderá mais de um dos métodos citados para avaliação dos acadêmicos. Todos os acadêmicos deverão ser avaliados pelo mesmo critério.

5. BIBLIOGRAFIA

Básica

- SILVA [et al.] Fabiane Padilha da. Gestão da inovação. Porto Alegre. SAGAH, 2018 [Minha Biblioteca].
- PROENÇA [et al.] Adriano. Gestão da inovação e competitividade no Brasil da teoria para a prática Porto Alegre Bookman 2015 [Minha Biblioteca].

Complementar

- SCHERER, Felipe Ost. Gestão da inovação na prática. Rio de Janeiro Atlas, 2016 [Minha Biblioteca].

Disciplina: GESTÃO ESTRATÉGICA DE LOGÍSTICA E DA PRODUÇÃO **CH total: 30 horas (2 créditos)**

Professor: RAFAEL PAZETO ALVARENGA (CPAR)

1. EMENTA

Estudo sobre os seguintes fatores que contribuem para o entendimento das problemáticas envolvendo a Administração da Produção e o Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: i) papel estratégico da produção; ii) gargalos dos sistemas de produção; iii) cadeia de suprimentos.

2. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Fundamental em Administração da Produção: conceituação; papel estratégico da produção; objetivos de desempenho; critérios ganhadores e qualificadores de pedidos.

- Projeto em Administração da Produção: produtos, serviços, processos e rede de suprimentos.

- Previsão de demanda e a distribuição física: sistema logístico, canais de distribuição, canais de transporte.

- Gerenciamento da cadeia de suprimentos: previsão da cadeia de suprimentos, estoques na cadeia de suprimentos, localização das instalações.

3. OBJETIVOS

- Proporcionar aos acadêmicos conhecimentos a respeito dos principais fatores que interferem na tomada de decisão para o gerenciamento da produção e da cadeia de suprimentos.

4. METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

A ser definida pelo professor, podendo ser: prova objetiva; prova discursiva; produção de vídeos; entrega de trabalhos, fichamentos, listas de exercícios ou revisões de literatura; apresentações de seminários ou outro meio de avaliação adequado à disciplina e livremente definido pelo docente. O professor poderá mais de um dos métodos citados para avaliação dos acadêmicos. Todos os acadêmicos deverão ser avaliados pelo mesmo critério.

5. BIBLIOGRAFIA

Básica

- ALVARENGA, R.P.; NADAE, J. Logística Aplicada ao Agronegócio. Indaial: Uniasselvi, 2018. 131p.

- BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos/logística Empresarial. 5. Ed. Porto Alegre, Rs: Bookman, 2010. 616p.

Complementar

- JACOBS, F. Robert; CHASE, Richard B. Administração da Produção e de Operações: o Essencial. Porto Alegre, Rs: Bookman, 2009. 424p.

- NADAE, J. ; ALVES, J. L.; BORGES, I.B.; ALVARENGA, R.P. Logística e desenvolvimento de novos produtos: uma revisão de literatura. Revista de Logística da Fatec Carapicuíba, v. 1, n. 9, p. 27-41, 2018.

Disciplina: GESTÃO ESTRATÉGICA DE MARKETING CH total: 30 horas (2 créditos)

Professor: DALTON DE SOUSA (VICE PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL) - CPAR

1. EMENTA

Estudo do papel estratégico do marketing na gestão das organizações, na compreensão dos mercados, da sociedade e do comportamento do consumidor.

2. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Fundamentos e história do marketing; Miopia de marketing; O papel estratégico do marketing.
- **O composto de marketing.**
- O ambiente de marketing.
- O comportamento do consumidor.
- Perspectivas de marketing: transacional e de relacionamento.
- Marketing de serviços.

3. OBJETIVOS

- Proporcionar aos acadêmicos conhecimentos sobre marketing e sua aplicação às organizações.

4. METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

A ser definida pelo professor, podendo ser: prova objetiva; prova discursiva; produção de vídeos; entrega de trabalhos, fichamentos, listas de exercícios ou revisões de literatura; apresentações de seminários ou outro meio de avaliação adequado à disciplina e livremente definido pelo docente. O professor poderá mais de um dos métodos citados para avaliação dos acadêmicos. Todos os acadêmicos deverão ser avaliados pelo mesmo critério.

5. BIBLIOGRAFIA

Básica

- BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W.; ENGELS, James F. **Comportamento do consumidor**. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2011. 606 p. ISBN 8522104123.
- CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para os clientes**. 2. ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2012. 626 p. ISBN 9788502102415.
- GRÖNROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços**. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2004. 482 p. ISBN 8535212590.
- MINTZBERG, Henry. **O processo da estratégia: conceitos, contextos e casos selecionados**. 4. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2009. 496 p. ISBN 8536305878.
- PETER, J. Paul; OLSON, Jerry C. **Comportamento do consumidor e estratégia de marketing**. 8. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2009. 555 p. ISBN 978-85-7726-068-3.

Complementar

- HOYER, Wayne D.; MACINNIS, Deborah J. **Comportamento do consumidor**. 5. ed. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2011-2012. 424 p. ISBN 978-85-221-1137-4.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2015. 765 p.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi; GARCIA, Maria Tereza (Org.). **Diferenciação e inovação em marketing: estratégias diferenciadas de marketing aplicadas aos diversos segmentos de mercado**. São Paulo, SP: Saraiva, 2013. 338 p. ISBN 978-85-02-06194-1.

Disciplina: GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS E DESENVOLVIMENTO HUMANO
CH total: 30 horas (2 créditos)

Professor: WESLEY RICARDO DE SOUZA FREITAS (MEMBRO DA COMISSÃO ESPECIAL) - CPAR

1. EMENTA

Estudo sobre a Gestão Estratégica de Recursos Humanos; Green Human Resource Management; RH no contexto da Indústria 4.0 e estudo sobre o desenvolvimento humano aplicado às organizações.

2. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Gestão Estratégica de Recursos Humanos; Green Human Resource Management; RH no contexto da Indústria 4.0;
- Excelência no desempenho e produtividade, Auto responsabilidade, resiliência e inteligência emocional.
- Carreira, propósito e empregabilidade, Felicidade e os aspectos sócio emocionais.

3. OBJETIVOS

- Proporcionar aos acadêmicos conhecimentos sobre desempenho, auto responsabilidade, inteligência emocional, resiliência, carreira, empregabilidade, propósito e felicidade.

4. METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

A ser definida pelo professor, podendo ser: prova objetiva; prova discursiva; produção de vídeos; entrega de trabalhos, fichamentos, listas de exercícios ou revisões de literatura; apresentações de seminários ou outro meio de avaliação adequado à disciplina e livremente definido pelo docente. O professor poderá mais de um dos métodos citados para avaliação dos acadêmicos. Todos os acadêmicos deverão ser avaliados pelo mesmo critério.

5. BIBLIOGRAFIA

Básica

- SCHUTTE, N. S. et. al. Development and validation of a measure of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences*, v. 2, n. 5, (1998), p. 167-177.
- GABLE, S. L.; HAIDT, J. What (and Why) Is Positive Psychology? *Review of General Psychology*. 2005, Vol. 9, No. 2, 103–110.

Complementar

- VIEIRA, P. Poder e Alta Performance. 9 ed. São Paulo: Gente, 2017.
- OMAIS, S. Manual de Psicologia Positiva. 1ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2018.

Disciplina: METODOLOGIA DE PESQUISA. CH total: 30 horas (2 créditos)

Professor: MAGNO PINHEIRO DE ALMEIDA (CPAR)

1. EMENTA

Estudo sobre o planejamento de projetos de pesquisa científica. Tipos de pesquisa, identificação e definição de objetivos. Tipos e Métodos de pesquisa. Instrumentos de coleta de dados e análise. Elaboração de projetos de pesquisa. Ética na pesquisa.

2. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- O Trabalho Científico: As formas principais do conhecimento; A ciência moderna e a ética na pesquisa; Método Científico; Referências bibliográficas: citações, notas de rodapé e bibliografia; Normas da ABNT.
- A pesquisa científica: teórico-prático: Modalidades de pesquisa; Hipótese, problema e indicadores sociais; Pesquisa bibliográfica, pesquisa ação, qualitativa, quantitativa e participativa.
- As Fases da construção de pesquisa: Elementos da construção do projeto de pesquisa; O pré-projeto: tema, problemática, justificativa, objetivos, revisão da literatura, recursos, cronograma de execução,

bibliografia e anexos; TCC: Redação científica, elementos gráficos e gerais: elementos pré-textuais e anexos.

3. OBJETIVOS

- Analisar e compreender as condições em que o conhecimento científico se desenvolve. Abordar diferentes bases teóricas, bem como, as metodologias de pesquisa. Discutir a pesquisa na formação e na prática do futuro acadêmico. Abordagem dos tipos de pesquisa e confecção do pré-projeto de pesquisa. Acesso as normas da ABNT.

4. METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

A ser definida pelo professor, podendo ser: prova objetiva; prova discursiva; produção de vídeos; entrega de trabalhos, fichamentos, listas de exercícios ou revisões de literatura; apresentações de seminários ou outro meio de avaliação adequado à disciplina e livremente definido pelo docente. O professor poderá mais de um dos métodos citados para avaliação dos acadêmicos. Todos os acadêmicos deverão ser avaliados pelo mesmo critério.

5. BIBLIOGRAFIA

Básica

- Gil, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 5. Ed. São Paulo, Sp: Atlas, 2016. Xvi, 184 P. Isbn 9788522458233.
- Martins, Gilberto de Andrade. Estudo de Caso: Uma Estratégia de Pesquisa. 2. Ed. São Paulo, Sp: Atlas, 2008. 101 P. Isbn 978-85-224-5053-4.

Complementar

- Bertucci, Janete Lara de Oliveira. Metodologia Básica para Elaboração de Trabalhos de Conclusão de Cursos (Tcc): Ênfase na Elaboração de Tcc de Pós-graduação Lato Sensu. São Paulo, Sp: Atlas, 2015. 116 P. Isbn 9788522450800.
- Cervo, Amado Luiz; Bervian, Pedro Alcino; Silva, Roberto Da. Metodologia Científica. 6. Ed. São Paulo, Sp: Pearson, 2014. Xix, 162 P. Isbn 8576050471.

Disciplina: MÉTODOS QUANTITATIVOS APLICADO ÀS ORGANIZAÇÕES CH total: 30 horas (2 créditos)

Professor: ELTON GEAN ARAUJO (CPAR)

1. EMENTA

Estudo sobre metodologia científica e sua aplicabilidade na construção do conhecimento sobre a realidade empresarial. Condução e elaboração de Relatório de pesquisa. Coleta de Dados.

2. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Tipos de Pesquisa E Técnicas para coleta de Dados.

- Pesquisa Qualitativa vs Quantitativa.
- Tipos de Escala e Níveis de Mensuração.
- Tipos de Projetos de Amostragem.
- Introdução aos Métodos Quantitativos Aplicados a Gestão Estratégica e de Organizações.

3. OBJETIVOS

- Proporcionar aos acadêmicos conhecimentos sobre métodos quantitativos aplicado às organizações.

4. METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

A ser definida pelo professor, podendo ser: prova objetiva; prova discursiva; produção de vídeos; entrega de trabalhos, fichamentos, listas de exercícios ou revisões de literatura; apresentações de seminários ou outro meio de avaliação adequado à disciplina e livremente definido pelo docente. O professor poderá mais de um dos métodos citados para avaliação dos acadêmicos. Todos os acadêmicos deverão ser avaliados pelo mesmo critério.

5. BIBLIOGRAFIA

Básica

- Hair, Joseph F. Et Al. Análise Multivariada de Dados. 6. Ed. Porto Alegre, Rs: Bookman, 2009. X, 688 P. Isbn 9788577804023.
- Oliveira, Francisco Estevam Martins De. Estatística e Probabilidade: Teoria, Exercícios Resolvidos, Exercícios Propostos. 2. Ed. São Paulo, Sp: Atlas, 1999-2012. 221 P. Isbn 85-224-2103.

Complementar

- Malhotra, Naresh K. Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada. 6. Ed. Porto Alegre, Rs: Bookman, 2012. 735 P. Isbn 9788577809752.

Disciplina: VALUATION E FINANÇAS COMPORTAMENTAIS CH total: 30 horas (2 créditos)

Professor: FABIANO MARTIN TIOSSI (CPAR)

1. EMENTA

Estudo sobre Valuation e modelos de avaliação de empresas; Tópicos em valuation; Finanças comportamentais; Mercado agregado de ações; Psicologia & Prospect Theory.

2. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Introdução à valuation: Estimativas de taxas de desconto - Medidas de fluxos de caixa - Como prever fluxos de caixa - Modelos de fluxo de caixa descontado
- Modelos de avaliação de empresa: Avaliação de Empresas de Capital Fechado.

- Tópicos em valuation: valor dos intangíveis, da liquidez, do controle, da sinergia. Avaliação de performance histórica.
- Finanças comportamentais: surgimento, conceitos e objetivos. Racionalidade Versus Irracionalidade no processo decisório.
- Mercado agregado de ações: fatos e interpretações comportamentais.
- Psicologia & Prospect Theory: Comportamento dos Investidores. Vieses Cognitivos e Falhas no Processo Decisório. Tipologia dos vieses cognitivos (ancoragem, efeito manada, excesso de confiança, efeito disposição, efeito contágio). Teoria da Utilidade e Comportamento Racional. Teoria do Prospecto e Finanças Comportamentais. A influência das emoções nas decisões financeiras.

3. OBJETIVOS

- Apresentar e capacitar os alunos à utilização de técnicas avançadas e atuais de avaliação de empresas, tanto no âmbito teórico, quanto prático.
- Compreender e aplicar diversos modelos de avaliação de empresas com abordagem crítica baseados em informações contábeis, informações de mercado e análise do ambiente econômico.

4. METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

A ser definida pelo professor, podendo ser: prova objetiva; prova discursiva; produção de vídeos; entrega de trabalhos, fichamentos, listas de exercícios ou revisões de literatura; apresentações de seminários ou outro meio de avaliação adequado à disciplina e livremente definido pelo docente. O professor poderá mais de um dos métodos citados para avaliação dos acadêmicos. Todos os acadêmicos deverão ser avaliados pelo mesmo critério.

5. BIBLIOGRAFIA

Básica

- ASSAF NETO, Alexandre. Valuation: Métricas de Valor & Avaliação de Empresas. São Paulo: Atlas, 2014.
- BREALEY, Richard A.; MYERS, Stewart C.; ALLEN, Franklin. Princípios de finanças corporativas. 10a. Edição. McGraw-Hill Bookman, 2013.

Complementar

- BEULKE, Rolando; BERTÓ, Dalvio José. Precificação: sinergia do marketing + finanças. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2013.
- MARIANO, Fabrício; MENESES, Anderson. Administração financeira e finanças empresariais. (Provas e Concursos). Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.