



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS
DIRETORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
COLEGIADO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

RESOLUÇÃO PPGA – 26/15, DE 19 DE NOVEMBRO DE 2015

**Aprova Planos de Ensino de disciplinas do Curso de
Mestrado em Administração.**

A PRESIDENTE DO COLEGIADO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DO CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS, no uso das atribuições legais e regimentais que lhe são conferidas, considerando o que consta no processo 12765/15-36 e de acordo com o que foi aprovado na 9ª Reunião do Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Administração, de 19 de novembro de 2015,

RESOLVE:

Art. 1º – Aprovar os Planos de Ensino das disciplinas do Curso de Mestrado Acadêmico em Administração que se encontram em anexo:

- I. Filosofia da Ciência.
- II. Projeto.
- III. Metodologia Qualitativa.
- IV. Tópico Especial: Estudos Avançados em Processos Decisórios.
- V. Tópico Especial: Relações de Trabalho.
- VI. Tópico Especial: Seminário em Finanças Computacionais.
- VII. Tópico Especial: Análise Estatística Aplicada.
- VIII. Tópico Especial: Teorias sobre Cultura de Consumo

Art. 2º – Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Publique-se e cumpra-se.


Profª. Laise Ferraz Correia

Presidente do Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Administração

Profª Drª Laise Ferraz Correia
Coord. do Mestrado em Administração
Portaria nº 624, de 14 de abril de 2015
DOU 20/04/2015 - Seção 2
PPGA - CEFET-MG

DISCIPLINA: Filosofia da Ciência	CÓDIGO:
PROFESSOR: Ronan Torres Quintão	

Nível	Mestrado
Caráter	Obrigatória ou Não obrigatória
Carga Horária	30 horas
Créditos	2
Área de Concentração	Processos e Sistemas Decisórios
Linha de Pesquisa	Processos e Sistemas Decisórios em Arranjos Organizacionais

Ementa

Conceito de ciência, pesquisa e tecnologia. Fundamentos, pressupostos e implicações filosóficas da ciência. Natureza dos conceitos científicos. Realismo e subjetivismo. Empirismo, observação e experimento. Indução, dedução e compreensão. Construtivismo. Reducionismo. Princípio da Falseabilidade. Ética na pesquisa: os envolvidos, a coautoria e o problema do plágio. Métodos em Ciências Sociais e suas principais abordagens.

Objetivo

Refletir sobre conceitos e fundamentos filosóficos da ciência, promovendo o entendimento sobre questões epistemológicas, ontológicas e metodológicas. Discutir sobre a prática científica e suas questões éticas.

Interdisciplinaridade

Pré-requisitos	Código
Não tem	
Disciplinas para as quais é pré-requisito	
Não tem	

Unidades de ensino		Carga-horária Horas/aula
1	Conceito de ciência, pesquisa e tecnologia.	4
2	Fundamentos, pressupostos e implicações filosóficas da ciência.	4
3	Natureza dos conceitos científicos: realismo, subjetivismo, empirismo, construtivismo e reducionismo.	8

4	Indução, dedução, compreensão e falseabilidade.	4
5	Métodos em Ciências Sociais e suas principais abordagens.	6
6	Ética na pesquisa: os envolvidos, a coautoria e o problema do plágio.	4
Total		30

Bibliografia	
1	ADNER, R. et al. The case for formal theory. <i>Academy of Management Review</i> , v. 34, n. 2, p. 201-208, 2009.
2	BARTUNEK, J.; RYNES, S.; Ireland, R.. What makes management research interest, and why does it matter? <i>Academy of Management Journal</i> , v. 49, n. 1, p. 9-15, 2006.
3	BELL, E.; BRYMAN, A.. The ethics of management research: an exploratory content analysis. <i>British Journal of Management</i> , v.18, p.63-77, 2007.
4	BERGER, P.L.; LUCKMANN, T.. A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento. 26a ed. Petrópolis: Vozes, 2006.
5	BERNSTEIN, Richard J., 1983, <i>Beyond Objectivism and Relativism</i> , Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
6	BERTERO, C. O. et al. Os desafios da produção de conhecimento em Administração no Brasil. <i>Cadernos EBAPE.BR</i> , v. 11, n. 1, p. 182-196, 2013.
7	BURRELL, G.; MORGAN, G.. <i>Sociological paradigms and organizational analysis</i> . London: Heinemann, 1979.
8	CHALMERS, Alan F. 1999, <i>What is this Thing Called Science?</i> , 3rd ed., Hackett Publishing.
9	COVER, J. A.; CURD, M. PINCOCK, C. <i>Philosophy of science: the central issues</i> . 2nd ed. New York: W. W. Norton & Company, 2012
10	COMTE, A. (1978). <i>Curso de filosofia positiva</i> . In: <i>Os pensadores</i> . São Paulo: Abril Cultural 93-39).
11	DARTIGUES, A. <i>O que é fenomenologia?</i> 10a ed. São Paulo: Centauro, 2008.
12	DEMO, P.. <i>Metodologia científica em Ciências Sociais</i> . 3a ed. São Paulo: Atlas, 1995.
13	GIDDENS, A.. <i>Central problems in social theory: action, structure and contradiction in social analysis</i> . Berkeley: The University of California Press, 1979.
14	GODFREY-SMITH, P. <i>Theory and reality: an Introduction to the philosophy of Science</i> . Chicago: University Of Chicago Press, 2003.
15	HASSARD. J.. <i>Multiple paradigms and organizational analysis: a case study</i> . <i>Organization Studies</i> . v. 12, n. 02, p.275-299, 1991.
16	JONES, P.. <i>Studying society: sociological theories and research practices</i> . London: Collins. 1993.
17	KETCHEN JR., D.; SHORT, J. Separating fads from facts: lessons from the good, the fad, and the ugly. <i>Business Horizons</i> , v. 54, n. 1, p.17-22, 2011.
18	KOPNIN, P.. <i>A dialética como lógica e teoria do conhecimento</i> . Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.
19	KUHN, T. S.. <i>The structure of scientific revolution</i> . 4th ed..Chicago: University Of Chicago Press, 2012
20	LAVILLE, C.. <i>A construção do saber</i> . Porto Alegre: Artes Médicas Sul. Belo Horizonte: Ed. ARTMED. 1999.
21	LEFEBVRE, H.. <i>Materialismo dialético e sociologia</i> . São Paulo: Presença, 1973.
22	LINCOLN, P.. O que diria Popper à literatura administração de mercado. <i>Revista de Administração de Empresas</i> . v. 43, n. 1, p. 60-69, 2003.
23	MCCARTHY, B. <i>Case study of an artists retreat in Ireland: an exploration of its business</i>

	model. Social Enterprise Journal, v.4, n.2, p.136-148, 2008.
24	MERTON, R. K. Estrutura burocrática e personalidade. In: CAMPOS, E. (org.) Sociologia da burocracia. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 1980.
25	PAES DE PAULA, A. P. Tragtenberg Revisitado: as inexoráveis harmonias administrativas e a burocracia flexível. Revista de Administração Pública, v.36, n.1, p.127-144, 2002.
26	PAGES, M.; BONETTI M.; GAULEJAC, V. de, DESCENDRE, D. O poder nas organizações. São Paulo: Atlas, 1987.
27	POLONSKY, M.J.; Whitelaw, P. (2005). What are We Measuring When We Evaluate Journals? Journal of Marketing Education, 27 (August), 189-201.
28	POPPER, K. R.. Conjecturas e refutações - o progresso do conhecimento científico. Brasília: Editora da UNB, 1994.
29	PRESTES MOTTA, F. P.Organização e poder: empresa, Estado e escola. Sa?o Paulo: Atlas, 1986.
30	RAMOS, A. G. Administração e contexto brasileiro. Rio de Janeiro: FGV, 1983.
31	RYNES, S.. Some reflections on contribution. Academy of Management Journal, v. 45, n. 2, p. 311-313, 2002.
32	SPROULL, N.. Handbook of research methods. 2a ed. Lanham: Sacrecrow Press, 1995.
33	STREMERSCHE, S.; Verniers, I.; Verhoef, P.C. (2007). The Quest for Citations: Drivers of Article Impact, Journal of Marketing, 71 (July), 171-193.
34	SUTTON, R.; STAW, B.. What theory is not. Administrative Science Quarterly, v. 40, n. 3, p. 371-384, 1995.
35	WHETTEN, D.. O que constitui uma contribuição teórica? Revista de Administração de Empresas. v. 43, n. 3, p. 69-73, 2003.

DISCIPLINA: Projeto	CÓDIGO:
PROFESSOR: Laíse Ferraz Correia	

Nível	Mestrado
Caráter	Obrigatória
Carga Horária	15
Créditos	1
Área de Concentração	Processos e Sistemas Decisórios
Linha de Pesquisa	Processos e Sistemas Decisórios em Arranjos Organizacionais

Ementa

Parte teórica: importância e etapas do projeto de pesquisa. Orientações gerais para a escolha do tema. Formulação do problema de pesquisa e definição dos objetivos. Construção da base teórico-empírica. Estado da arte. Pressupostos ou hipóteses de pesquisa. Definição do método. Limitação do método. Cronograma. Parte aplicada: desenvolvimento do pré-projeto de pesquisa. Apresentação e discussão pública do pré-projeto de pesquisa.

Objetivo

Compreender as etapas básicas da elaboração de um projeto de pesquisa. Conceituar, formular problemas, pressupostos, hipóteses e variáveis; elaborar o referencial teórico; identificar variáveis dependentes, independentes e de controle; definir a metodologia; o cronograma; e a bibliografia.

Interdisciplinaridade

Pré-requisitos	Código
Não tem	
Disciplinas para as quais é pré-requisito	
Não tem	

Unidades de ensino		Carga-horária Horas/aula
1	Etapas de um projeto de pesquisa.	3
2	Análise dos projetos de dissertação – versão preliminar	3
3	Análise dos projetos de dissertação – segunda versão	6
4	Análise dos projetos de dissertação – terceira versão	3
Total		15

Bibliografia	
1	BASTOS, L. R.; PAIXAO, L.; DELUIZ, N.; FERNANDES, L. M. Manual para a elaboração de projetos e relatórios de pesquisa, teses, dissertações e monografias . 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2003.
2	
	BOAVENTURA, E. Metodologia da pesquisa: monografia, dissertação, tese . São Paulo: Atlas, 2004.
3	BRYMAN, A.; BELL, E. Business research methods . 3 rd ed. New York: Oxford University Press, 2007.
4	CERVO, A. L.; SILVA, R.; BERVIAN, P. A. Metodologia científica . 6. ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall Brasil, 2006.
5	CHRISTENSEN, L. B. R.; JOHNSON, B.; TURNER, L. A. Research methods, design, and analysis . 12 th ed. Boston: Allyn and Bacon, 2013.
6	COOPER, D.; SCHINDLER, P. S. Business Research Methods . 12 th ed. New York: McGraw-Hill, 2013.
7	COOPER, D.; SCHINDLER, P. S. Métodos de pesquisa em administração . 10. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.
8	CRESWELL, J. W. Projeto de pesquisa método qualitativo, quantitativo e misto . 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
9	CRESWELL, J. W.; CLARK, V. L. P. Pesquisa de métodos mistos . 2. ed. Porto Alegre: Penso ARTMED, 2013.
10	FRANÇA, J. L.; VASCONCELOS, A. C. Manual para normalização de publicações técnico-científicas . 9. ed. Belo Horizonte: UFMG, 2014.
11	GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa . 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
12	HYMAN, H. Planejamento e análise da pesquisa . Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973.
13	KERLINGER, F. N. Metodologia da pesquisa em ciências sociais: um tratamento conceitual . 5. ed. São Paulo: EPU, 1980.
14	LAKATOS, E.M.; MARCONI, M. A. Metodologia científica . 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
15	NEUMAN, W. L. Social research methods: qualitative and quantitative methods . 7 th ed. New York: Pearson, 2009.
16	REA, L. M.; PARKER, R. A. Designing and conducting survey research: a comprehensive guide . 3 rd ed. São Francisco: John Wiley & Sons, 2005.
17	REA, L.; PARKER R. Metodologia de pesquisa: do planejamento à execução . São Paulo: Pioneira Thomson, 2000.
18	STACEY, M. Methods of social research . Oxford: Pergamon, 1977.
19	VERGARA, S. C. Métodos de pesquisa em administração . 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
20	VERGARA, S. C. Projetos e relatórios de pesquisa em administração . 14. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

DISCIPLINA: Metodologia Qualitativa	CÓDIGO: DCSA.77
PROFESSOR: Ludmila de Vasconcelos Machado Guimarães	

Nível	Mestrado
Caráter	Obrigatória
Carga Horária	45 horas
Créditos	3
Área de Concentração	Processos e Sistemas Decisórios
Linha de Pesquisa	Processos e Sistemas Decisórios em Arranjos Organizacionais

Ementa

Características essenciais da pesquisa qualitativa. Posturas epistemológicas para a investigação qualitativa: interpretativismo, hermenêutica e construcionismo social. Formas de abordagem qualitativas: etnografia, “grounded theory”, fenomenologia. Técnicas de coleta de dados para a pesquisa qualitativa. História de vida. Análise e tratamento dos dados: análise de conteúdo, análise do discurso.

Objetivo

Apresentar aos participantes as técnicas de coleta e análise de dados da pesquisa qualitativa e as suas novas tendências. Proporcionar informações e reflexões que auxiliarão os alunos a compreender e utilizar métodos qualitativos nas pesquisas em ciências sociais aplicadas.

Interdisciplinaridade

Pré-requisitos	Código
Não tem	
Disciplinas para as quais é pré-requisito	
Não tem	

Unidades de ensino		Carga-horária Horas/aula
1	Questões epistêmicas e os métodos qualitativos -Interpretativismo -Hermenêutica -Construcionismo Social	8
2	Técnicas de Coleta de Dados	25

	<ul style="list-style-type: none"> -Técnicas de Entrevistas -Pesquisa Documental -Observação participante e Pesquisa-ação -Etnografia -Estudos de Caso -Grupo Focal -Grounded Theory - História oral, História de Vida 	
3	<ul style="list-style-type: none"> Técnicas de Análise de Dados -Análise do Conteúdo -Análise do Discurso 	12

	Bibliografia
1	BANDEIRA DE MELO, R. Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais . 2 ^a ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
2	BARROS, V. A.; SILVA, L. R. A pesquisa em história de vida. In: GOULART, Íris (Org.). Psicologia organizacional e do trabalho: teoria, pesquisa e temas correlatos . São Paulo: Casa do Psicólogo, 2002. p. 133-146.
3	BELL, E.; BRYMAN, A. The ethics of management research: an exploratory content analysis, British Journal of Management , v. 18, n. 1, p. 63-77, 2007.
4	BRUNI, A. Shadowing software and clinical records: on the ethnography of non-humans and heterogeneous contexts. Organization , v. 12, n. 3, p.357-378, 2005.
5	BRYMAN, A. Of methods and methodology. Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal , v. 3, n.2, p. 159-168, 2008.
6	BURRELL, G.; MORGAN, G. Sociological Paradigms and Organizational Analysis . London: Heinemann, 1979.
7	CHARMAZ, K. Grounded theory: objectivist and constructivist methods, 2000. In: DENZIN, N.K.; LINCOLN, Y. (Org.). Handbook of Qualitative Research . 2 nd ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2000.
8	CRESWELL, J. W. Qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches . 3 rd ed. London: SAGE Publications, Inc.; 2012.
9	DENZIN, N.; LINCOLN, Y. Handbook of qualitative research . 4 nd . London: Sage, 2011.
10	EISENHART, K.; GRAEBNER, M. Theory building from cases: opportunities and challenges. Academy of Management Journal , v. 50, n. 1, p.25-32, 2007.
11	FERDINAND, J.; PEARSON, G.; ROWE, M.; WORTHINGTON, F. A different kind of ethics. Ethnography , v. 8, n. 4, p. 519-543, 2007.
12	FINE, G. The ten lies of ethnography: moral dilemmas of field research. Journal of Contemporary Ethnography , v. 22, no. 3, p.267-294, 1993.
13	FOURNIER, V; GREY, C. At the critical moment: Conditions and prospects for critical management studies. Human Relations , v. 53, n. 1, p.7-32, 2000.
14	GILL, R. Análise do discurso. In: BAUER, M; GASKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som . 9 ^a ed. São Paulo: Vozes, 2005.

15	GODOY, A. Estudo de caso qualitativo. In: GODOI, C; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais . 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
16	HASSARD, J. Multiple paradigms and organizational analysis: a case study. Organization Studies , v. 12, n. 02, p. 275-299, 1991.
17	HOLMES, J. Countertransference in qualitative research: a critical appraisal. Qualitative Research , v. 14 , n. 2 p. 166-183, 2014.
18	JICK, T. D. Mixing qualitative and quantitative methods - triangulation in action. Administrative Science Quarterly , v.24, n. 4, p 602-611, 1979
19	KEARNEY, K. S.; HYLE, A. Drawing out emotions: the use of participant-produced drawings in qualitative inquiry. Qualitative Research , v.4, n. 3, p.361-382, 2004.
20	LAURA, B. Ethnographic practice in the present. Qualitative Research , v. 14 , n. 2, p. 270-272 , 2014.
21	LOUISA, A. New frontiers in ethnography. Qualitative Research , v. 14 , n. 2, p. 272-273, 2014.
22	MARCO, G. Memory, remembering, and oblivion in active narrative interviewing. Qualitative Inquiry , v. 20, n. 2, p. 127-135, 2014.
23	MORGAN, D. L. Focus groups. Annual Review of Sociology , v.22, p. 129-152, 1996.
24	O'REILLY, M.; PARKER, N. 'Unsatisfactory Saturation': a critical exploration of the notion of saturated sample sizes in qualitative research. Qualitative Research , v. 13 , n. 2, p. 190-197, 2013.
25	TRACY, S. J. Qualitative research methods: collecting evidence, crafting analysis, communicating impact . Hoboken: Wiley-Blackwell, 2013.

DISCIPLINA: Tópico Especial: Estudos Avançados em Processos Decisórios	CÓDIGO:
PROFESSOR: Uajará Pessoa Araújo	

Nível	Mestrado
Caráter	Optativa
Carga Horária	45
Créditos	3
Área de Concentração	Processos e Sistemas Decisórios
Linha de Pesquisa	Processos e Sistemas Decisórios em Arranjos Organizacionais

Ementa

Conceituação. Influência das características do tomador de decisão no processo decisório e em seu resultado. Além da racionalidade: senso comum, intuição, emoção e confiança na tomada de decisão. Processo de tomada de decisão. Modelagem da tomada de decisão. Alguns sistemas selecionados de apoio a tomada de decisão. Pesquisas de ética & tomada de decisão. Aplicação das teorias de decisão em casos específicos.

Objetivo

Propiciar a oportunidade de imersão e de se analisar o estado da arte das pesquisas em tomada de decisão em suas múltiplas possibilidades: dos antecedentes, do processo e das consequências.

Interdisciplinaridade

Pré-requisitos	Código
Teoria das Organizações e do Processo Decisório	
Disciplinas para as quais é pré-requisito	
Não tem	

Unidades de ensino		Carga-horária Horas/aula
1	Conceituação: revisão introdutória; perspectivas, paradigmas, fundamentos e taxonomia do processo de tomada de decisão através da ótica de processo.	3
2	Tomador de decisão: influência das características (estilo cognitivo e de liderança) do tomador de decisão e das interferências da equipe e de consultores na dinâmica e no resultado do processo decisório.	6

3	Além da racionalidade: o papel cumprido pelo senso comum, intuição, inteligência emocional/emoção e confiança no processo e nos resultados da tomada de decisão. Conflitos, sinergias e paralelismos entre a escolha racional e abstrata frente aos mecanismos cognitivos reais apropriados no dia-a-dia pelo tomador de decisão em ambiente de incerteza.	6
4	Processo na tomada de decisão: heurística, suporte, interatividade, interdisciplinaridade, qualidade e outras variáveis intervenientes, condicionantes e resultantes do processo decisório.	6
5	Modelagem da tomada de decisão: incluindo representações; “ <i>lattice order group decision making with interval probability</i> ”; modelos interdisciplinares; modelos baseados no <i>PLS path modeling</i> ; estimativa de confiança de julgamentos individuais; modelos logísticos.	6
6	Alguns sistemas selecionados de apoio a tomada de decisão: <i>Analytic Hierarchy Process (AHP)</i> ; sistemas baseados em programação linear; árvores de decisão; análise envoltória de dados e outros.	6
7	Pesquisas de ética & tomada de decisão: psicopatias e suas consequências; justiça organizacional; práticas, habilidade e preferências; modelos éticos de tomada de decisão.	6
8	Aplicação das teorias de decisão em casos específicos, como: decisões financeiras; em emergências; em pequenas empresas; em pesquisa & desenvolvimento; em ambientes tecnológicos.	6
Total		45

Bibliografia	
1	ABATECOLA, G. Untangling self-reinforcing processes in managerial decision making. Co-evolving heuristics? Management Decision , v. 52, n. 5, 2014. p. 934-94.
2	ALGIE, J.; FOSTER, W. New aids for personnel decision making. Management Decision , v. 23, n. 4, 1985. p. 14-27.
3	ARMACOST, R. L.; HOSSEINI, J. C.; PET-EDWARDS, J. Using the analytic hierarchy process as a two-phase integrated decision approach for large nominal groups. Group Decision and Negotiation , v. 8, 1999. p.535-555.
4	BAIK, Y.; PARK, Y.-R. Toward a better understanding of MNEs' local staffing decision: a multilevel analysis. Management Decision , v. 53, n. 10, 2015. p. 2321-2338.
5	BENNOUNA, K.; MEREDITH, G. G.; MARCHANT, T. Improved capital budgeting decision making: evidence from Canada. Management Decision , v. 48, n. 2, 2010. p. 225-247.
6	BERGADAÀ, M.; RAYMOND-ALAIN THIÉTART, R.-A. Stradin: a strategic dynamic and interactive decision-making process. Group Decision and Negotiation , v.6, 1996. p. 61-75.
7	BODDY, C. R. The dark side of management decisions: organizational psychopaths.

	Management Decision , v. 44, n. 10, 2006. p. 1461-1475.
8	BODDY, C. R Organizational psychopaths: a ten year update. Management Decision , v. 53, n.10, 2015. p. 2407-2432.
9	BOUWMEESTER, O.; STIEKEMA, J. The paradoxical image of consultant expertise: a rhetorical deconstruction. Management Decision , v.53, n. 10, 2015. p. 2433-2456.
10	CAINE, D. J.; PARKER, B.J. Linear programming comes of age: a decision-support tool for every manager. Management Decision , v. 34, n.4, 1996. p. 46-53.
11	CHRISTENSEN, E. W.; FJERMESTAD, J. Challenging group support systems research: the case for strategic decision making. Group Decision and Negotiation , v.6, 1997. p.351-372.
12	COLES, S.; ROWLEY, J. Revisiting decision trees. Management Decision , v. 33, n. 8, 1995. p. 46-50.
13	COSGRAVE, J. Decision making in emergencies. Disaster Prevention and Management: An International Journal , v. 5, n.4, 1996. p.28-35.
14	DINUR, A. R. Common and un-common sense in managerial decision making under task uncertainty. Management Decision , v. 49, n. 5, 2011. p. 694-709.
15	DUAN, X.; JIN, Z.-M. Positioning decisions within strategic groups. Management Decision , v.52, n.10, 2014. p. 1858-1887.
16	EBERLIN, R. J.; TATUM, B. C. Making just decisions: organizational justice, decision making, and leadership. Management Decision , v. 46, n.2, 2008. p. 310-329.
17	FRANCIONI, B.; MUSSO, F.; CIOPPI, M. Decision-maker characteristics and international decisions for SMEs. Management Decision , v.53, n.10, 2015. p. 2226 - 2249.
18	FUJIMOTO, M. Team roles and hierarchic system in group discussion. Group Decision and Negotiation , DOI 10.1007/s10726-015-9453-7, 2015 (no prelo).
19	GALLÉN, T. The cognitive style and strategic decisions of managers. Management Decision , v. 35, n. 7, 1997. p. 541-551.
20	GOODWIN, P. Common sense and hard decision analysis: why might they conflict? Management Decision , v. 47, n.3, 2009. p. 427-440.
21	GUO, C.-X.; PENG, Y. Lattice order group decision making with interval probability based on prospect theory. Group Decision and Negotiation , v.24, 2015. p.753-775.
22	HACKETT, R. D.; WANG, G. Virtues and leadership. Management Decision , v. 50, n.5, 2012. p.868-899.
23	HALINSKI, M.; DUXBURY, L. Getting what you want from your transorganizational partners. Management Decision , v. 53, n. 9, 2015. p. 2017-2035.
24	HARRISON, E. F. Interdisciplinary models of decision making. Management Decision , v. 31, n.8, 1993. p. 27-34.
25	HARRISON, E. F.; PELLETIER, M. A. A paradigm for strategic decision success. Management Decision , v. 33, n.7, 1995. p. 53-59.
26	HARRISON, E. F. A process perspective on strategic decision making. Management Decision , vol. 34, n. 1, 1996. p. 46-53.
27	HARRISON, E. F.; PELLETIER, M. A. Foundations of strategic decision effectiveness.

	Management Decision , v. 36, n. 3, 1998. p. 147-159.
28	HARRISON, E. F.; PELLETIER, M. A. The essence of management decision. Management Decision , v.38, n.7, 2000. p. 462-470.
29	HARRISON, E. F.; PELLETIER, M. A. Revisiting strategic decision success. Management Decision , v.39, n. 3, 2001. p. 169-180.
30	HENDERSON, S. S.; SMITH-KING, E. J. Sectoral decision making: structures, processes and trust. Management Decision , v. 53, n.7, 2015. p. 1545-1559.
31	HESS, J. D.; BACIGALUPO, A. C. Enhancing decisions and decision-making processes through the application of emotional intelligence skills. Management Decision , v. 49, n. 5, 2011. p.710-721.
32	HOLIAN, R. Management decision making and ethics: practices, skills and preferences. Management Decision , v. 40, n.9, 2002. p. 862-870.
33	HOLIAN, R. Management decision making, ethical issues and “emotional” intelligence. Management Decision , v. 44, n.8, 2006. p. 1122-1138.
34	JANSEN, R. J. G.; CURSEU, P. L.; VERMEULEN, P. A. M.; GEURTS, J. L. A.; GIBCUS, P. Social capital as a decision aid in strategic decision-making in service organizations. Management Decision , v. 49, n. 5, 2011. p. 734-747.
35	KERSTEN, G. E.; SZPAKOWICZ, S. Decision making and decision aiding: defining the process, its representations, and support. Group Decision and Negotiation , v.3, 1994. p. 237-261.
36	KOUAMÉ, S.; OLIVER, D.; POISSON-de-HARO, S. Can emotional differences be a strength? Affective diversity and managerial decision performance. Management Decision , v. 53, n.8, 2015. p.1662-1676.
37	LIU, B.; HUO, T.; LIAO, P.; GONG, J.; XUE, B. A group decision-making aggregation model for contractor selection in large scale construction projects based on two-stage partial least squares (PLS) path modeling. Group Decision and Negotiation , v.24; 2015. p. 855-883.
38	LOWRY, P. B.; SCHUETZLER, R. M.; GIBONEY, J. S.; GREGORY, T. A. Is trust always better than distrust? The potential value of distrust in newer virtual teams engaged in short-term decision-making. Group Decision and Negotiation , v. 24, 2015. p. 723-752.
39	MCKENNA, R. J.; MARTIN-SMITH, B. Decision making as a simplification process: new conceptual perspectives. Management Decision , v.43, n. 6, 2005. p. 821-836.
40	MONTI, A.; SALVEMINI, S. The “Barolo brothers”: organizational identity and social relationships as strategic decision-making drivers. Management Decision , v. 52, n. 9, 2014. p. 1750-1781.
41	MOSTAGHIMI, M. Information collection strategic design in experts-assisted decision making paradigm. Group Decision and Negotiation , v. 10, 2001. p. 375-388.
42	MUÑOZ-PORCAR, A.; ALONSO-NUEZ, M. J.; FLORES-GARCÍA, M.; DURET-SOLANAS, D. The renewal of assets using a tool to aid decision making. Management Decision , v. 53, n, 7, 2015. p. 1412-1429.
43	PATTON, J. R. Intuition in decisions. Management Decision , v. 41, n.10, 2003. p. 989-996.
44	PROFF, H.; FOJCIK, T. M. Information acceleration to improve strategic management

	decisions. Management Decision , v. 53, n.7, 2015. p. 1560-1580.
45	RAUSCH, E.; ANDERSON, C. Enhancing decisions with criteria for quality. Management Decision , v. 49, n.5, 2011. p. 722-733.
46	RAYNAUD, H. Can chat group therapy suggest a paradigm for axiomatized collective decision process? Group Decision and Negotiation , v.24, 2015. p. 567-575.
47	RUSS, T. L. Theory X/Y assumptions as predictors of managers' propensity for participative decision making. Management Decision , v. 49, n.5, 2011. p. 823-836.
48	RUTTEN, M. E. J.; DORÉE, A. G.; HALMAN, J. I. M. Exploring the value of a novel decision-making theory in understanding R&D progress decisions. Management Decision , v. 51, n. 1, 2013. p. 184-199.
49	SCHERPEREEL, C. M. Decision orders: a decision taxonomy. Management Decision , v. 44, n. 1, 2006. p. 123-136.
50	SCHERPEREEL, C. M. Alignment: the duality of decision problems. Management Decision , v. 44, n.9, 2006. p. 1258-1276.
51	SCHIAVONE, F. Strategic reactions to technology competition. Management Decision , v. 49, n.5, 2011. p. 801-809.
52	SELART, M.; JOHANSEN, S. T.; HOLMESLAND, T.; GRØNHAUG, K. Can intuitive and analytical decision styles explain managers' evaluation of information technology? Management Decision , v. 46, n. 9, 2008. p.1326-1341.
53	SLEVIN, D. P.; BOONE, L. W.; RUSSO, E. M.; ALLEN, R. S. CONFIDE: a collective decision-making procedure using confidence estimates of individual judgements. Group Decision and Negotiation , v.7, 1998. p. 179-194.
54	SMITH, D. J. Incorporating risk into capital budgeting decisions using simulation. Management Decision , v. 32, n. 9, 1994. p. 20-26.
55	SPICER, D. P.; SADLER-SMITH, E. An examination of the general decision making style questionnaire in two UK samples. Journal of Managerial Psychology , v. 20, n.2, 2005. p.137-149.
56	VASCONCELOS, A. F. Intuition, prayer, and managerial decision-making processes: a religion-based framework. Management Decision , v. 47, n. 6, 2009. p. 930-949.
57	WALK, S. R. A new fast, reliable filtering method for multiple criteria decision making. Management Decision , v. 49, n. 5, 2011. p. 810-822.
58	WATADA, J.; WARIPAN, T.; WU, B. Optimal decision methods in two-echelon logistic models. Management Decision , v. 52, n. 7, 2014. p. 1273-1287.
59	WHITTIER, N. C.; WILLIAMS, S.; DEWETT, T. C. Evaluating ethical decision-making models: a review and application. Society and Business Review , v. 1, n.3, 2006. p. 235-247.
60	XIMÉNEZ, J. N. M.; SANZ, L. J. Financial decision-making in a high-growth company: the case of Apple incorporated. Management Decision , v. 52, n. 9, 2014. p. 1591-1610.
61	ZHAO, S. The nature and value of common sense to decision making. Management Decision , v. 47, n. 3, 2009. p. 441-453.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS
DIRETORIA DE GRADUAÇÃO

Plano Didático

Campus: II – Belo Horizonte



DISCIPLINA: Tópico Especial: Relações de Trabalho	CÓDIGO:
PROFESSORA: Fernanda Tarabal Lopes	

Nível	Mestrado
Caráter	Não Obrigatória
Carga Horária	30
Créditos	2
Área de Concentração	Processos e Sistemas Decisórios
Linha de Pesquisa	Processos e Sistemas Decisórios em Arranjos Organizacionais

Ementa

Teorias clássicas e novas perspectivas sobre o sentido e a centralidade do trabalho. Histórico de relações de trabalho no Brasil: flexibilização, desregulamentação e precarização. Desemprego. O papel do Estado Brasileiro nas relações de trabalho. Relações de trabalho e empreendedorismo. Violência no trabalho. Novas perspectivas em relações de trabalho.

Objetivo

A disciplina tem por objetivo fornecer subsídios para a compreensão e discussão das diferentes correntes teóricas, implicações, práticas e novas perspectivas em relações de trabalho, sentido e centralidade do trabalho, de modo a contribuir para a formação acerca dos processos e sistemas decisórios.

Interdisciplinaridade

Pré-requisitos	Código
Não tem	
Disciplinas para as quais é pré-requisito	
Não tem	

Unidades de ensino		Carga-horária Horas/aula
1	Relações de Trabalho e Gestão de Pessoas	6
2	Relações de trabalho: desregulamentação, flexibilização, precarização, trabalho formal e informal.	4
3	Relações de trabalho e empreendedorismo.	4
4	Sentidos e significados do trabalho. Desemprego.	8
5	Classe social e trabalho.	4
6	Dilemas éticos e violência no trabalho.	4
Total		30

Bibliografia	
1	ALCADIPANI, R.; MEDEIROS, C. Viver e morrer pelo trabalho: uma análise da banalidade do mal em crimes corporativos. Organizações e Sociedade , v. 21, n. 69, 2014.
2	ANDRADE, Sílvia Patricia Cavalheiro de; TOLFO, Suzana da Rosa; DELLAGNELO, Eloise Helena Livramento. Sentidos do trabalho e racionalidades instrumental e substantiva: interfaces entre a administração e a psicologia. Rev. adm. contemp. , v. 16, n. 2, p. 200-216, abr. 2012.
3	ANTUNES, R. Desenhando a nova morfologia de trabalho no Brasil. Estudos Avançados . 28 (81), p. 39-53, 2014.
4	ANTUNES, R. A classe-que-vive-do-trabalho: a forma de ser da classe trabalhadora hoje. In: ANTUNES, R. Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho . 6. reimp. São Paulo: Boitempo, 2003.
5	BEYDA, T. T.; CASADO, R. U. Relações de trabalho no mundo corporativo: possível antecedente do empreendedorismo? Cadernos EBAPE.BR , v. 9, n. 4, art. 7, p. 1066-1084, 2011.
6	BIRMAN, J. Sobre o mal-estar na modernidade e na brasilidade. In: BIRMAN, J. Arquivos do Mal-Estar e da Resistência . Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
7	CARVALHO NETO, A. Relações de trabalho e gestão de pessoas: entre o macro e o micro? Provocações epistemológicas. Revista de Gestão , v. 19, n. 2, p. 297-306, 2012.
8	CASTRO, Carla Appollinario. Crítica à razão empreendedora: a função ideológica do empreendedorismo no capitalismo contemporâneo . 2013. Tese (Doutorado em Sociologia e Direito). Rio De Janeiro, Universidade Federal Fluminense.
9	CAVAZZOTE, Flávia de Souza Costa Neves; LEMOS, Ana Heloísa da Costa; BROLLO, Marcelo da Silva. Trabalhando Melhor ou Trabalhando Mais? Um estudo sobre usuários de smart phones Corporativos. Organizações e Sociedade , v. 21, n. 68, 2014.
10	CHADAD, José Paulo. As modalidades especiais de contrato de trabalho na CLT e a flexibilidade do mercado de trabalho brasileiro. In: CHADAD, J P.; CACCIAMALI, M C. Mercado de trabalho no Brasil: novas práticas trabalhistas, negociações coletivas e direitos fundamentais no trabalho . São Paulo: LTr, 2003.
11	CHAUÍ, M. A Universidade Pública sob nova perspectiva. Revista Brasileira de Educação ,

	n. 24, Set/out/nov/dez., 2003.
12	FERRAZ, D L. Projetos de Geração de Trabalho e Renda e a Consciência de Classe dos Desempregados. Organizações e Sociedade , v. 22, n. 72, jan./mar., 2015.
13	FERRAZ, D.L; OLTRAMARI, A.; PONCHIROLLI, O. Gestão de pessoas e relações de trabalho: conceitos e questionamentos. In: FERRAZ, D.L; OLTRAMARI, A.; PONCHIROLLI, O. Gestão de Pessoas e relações de trabalho . São Paulo: Atlas, 2011.
14	FISCHER, Rosa. Pondo os Pingos nos Is. In: FLEURY, M. T.; FISCHER, R. M. Processos e relações de trabalho no Brasil . São Paulo: Atlas, 1985. p. 19-50.
15	HOLZMANN, Lorena. A dimensão do trabalho precário no Brasil no início do século XXI. ? In: Valmiria Carolina Piccinini; Lorena Holzmann; Ilona Kovács; Valeska Nahas Guimarães. (Org.). O Mosaico do Trabalho na Sociedade Contemporânea: persistências e inovações . Porto Alegre, 2006. p. 71-92.
16	KOVÁCS, I. As metamorfoses do emprego . Oeiras: Celta Editora, 2002.
17	LANCMAN, S.; SZNELWAR, L. Christophe Dejours: da psicopatologia à psicodinâmica do trabalho . Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, Brasília: Paralelo 15, 2004. p. 13-104; 303-316.
18	LEHER, R.; LOPES, A. Trabalho docente, carreira e autonomia universitária e mercantilização da educação. VII Seminário redestrado – Nuevas Regulaciones en America Latina. Anais do VII Seminário redestrado – Nuevas Regulaciones en America Latina . Buenos Aires, julho, 2008.
19	LINHARES, A. R. P.; SIQUEIRA, M. V. S. Vivências depressivas e relações de trabalho: uma análise sob a ótica da Psicodinâmica do Trabalho e da Sociologia Clínica. Cadernos EBAPE.BR , v. 12, n. 3, 2014.
20	MISOCZKY, M. C.; CAMARA, G. D.; CERQUEIRA, P. R.; COTO, G. C. Orientação sexual, classes sociais e territórios de resistência: os conflitos em torno do Centro Nova Olaria - Porto Alegre. Gestão e Sociedade , v. 6, n. 15, 2012. p. 254-279.
21	MORIN, Estelle. Os sentidos do trabalho. Revista de Administração de Empresas , v. 41, n. 3, 2001. p. 8-19.
22	PICCININI, Valmiria Carolina; ROCHA-DE-OLIVEIRA, Sidinei; RUBENICH, Nilson Varela. Formal, flexível ou informal? In: PICCININI, Valmiria Carolina; HOLZMANN, Lorena; KOVÁCS, Ilona; GUIMARÃES, Valeska Nahas. (Org.). O Mosaico do Trabalho na Sociedade Contemporânea: persistências e inovações . Porto Alegre, 2006. p. 93-117.
23	SOUZA, Jessé. Introdução: uma nova classe trabalhadora brasileira? In: SOUZA, Jessé. Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora? Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.
24	SOUZA, Jessé. A formalidade precária: os batalhadores do telemarketing. In: SOUZA, Jessé. Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora? Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

DISCIPLINA: Tópico Especial: Seminário em Finanças Computacionais	CÓDIGO:
PROFESSOR: Felipe Dias Paiva	

Nível	Mestrado
Caráter	Não obrigatória
Carga Horária	60
Créditos	4
Área de Concentração	Processos e Sistemas Decisórios
Linha de Pesquisa	Processos e Sistemas Decisórios em Arranjos Organizacionais

Ementa

Debater sobre problemas relevantes e pesquisas em andamento no campo de Finanças Computacionais. Serão discutidos projetos desenvolvidos ou em desenvolvimento por alunos e professores, bem como textos científicos que envolvam, principalmente, os temas: precificação de ativos financeiros, gestão de portfólio, gestão de risco e *trading*. Esses temas serão discutidos a partir do uso de métodos computacionais para solução de problemas e tomada de decisão: otimização e programação linear, otimização multiobjetivo e evolutiva, métodos de séries temporais, simulação de Monte Carlo, análise discriminante, redes neurais, autômatos celulares, algoritmos genéticos, lógica *fuzzy*.

Objetivo

- Apresentar temas atuais e relevantes para finanças computacionais.
- Oferecer um fórum de discussão e atualização da área de finanças.
- Estimular a revisão bibliográfica.
- Exercitar a capacidade de síntese com a elaboração e preparo de seminários.
- Orientar e debater pesquisas em andamento.
- Despertar o interesse para pesquisas futuras.

Interdisciplinaridade

Pré-requisitos	Código
Não tem	
Disciplinas para as quais é pré-requisito	
Não tem	

Unidades de ensino		Carga-horária Horas/aula
1	Evolução da área de finanças	02
2	Sistemas inteligentes aplicados à área de finanças	06



3	Precificação de ativos financeiros	20
4	Gestão de portfólios	14
5	Trading	10
6	Gestão de risco	08
Total		60

Bibliografia	
1	ALDRIDGE, I. High-frequency trading : a practical guide to algorithmic strategies and trading systems. New York: John Wiley & Sons, 2013.
2	BARONE, D. (Org.) Sociedades artificiais : a nova fronteira da inteligência nas máquinas. Porto Alegre: Artmed, 2003.
3	CHAN, E. Quantitative trading : how to build your own algorithmic trading business. London: John Wiley & Sons, 2009.
4	DUAN, J.; HÄRDLE, W. K; GENTLE, J. E. (Org.) Handbook of computational finance . USA: Springer, 2012.
5	FABOZZI, F. J. (Org.) Handbook of finance . New York: Wiley, 2008. v.3.
6	OLIVEIRA JUNIOR, H. A. (Org.) Inteligência computacional : aplicado à administração, economia e engenharia em matlab. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
7	MANDELBROT, B.; HUDSON, R. The (mis)behavior of markets : a fractal view of risk, ruin & reward. USA: Basic Books. 2007.
8	MITRA, G.; MITRA, L. (Org.) The handbook of news analytics in finance . London: John Wiley & Sons, 2011.
9	RAGSDALE, C. T. Modelagem e análise de decisão . São Paulo: Cengage Learning, 2009.

DISCIPLINA: Tópico Especial: Análise Estatística Aplicada	CÓDIGO:
PROFESSOR: Felipe Dias Paiva	

Nível	Mestrado
Caráter	Não obrigatória
Carga Horária	45
Créditos	03
Área de Concentração	Processos e Sistemas Decisórios
Linha de Pesquisa	Processos e Sistemas Decisórios em Arranjos Organizacionais

Ementa

Variáveis estatísticas, populações e amostras. Estatística descritiva. Introdução à Probabilidade. Intervalo de confiança. Testes de Hipóteses. Análise de Clusters. Análise Fatorial. Análise de Discriminante. Regressão linear.

Objetivo

Capacitar os alunos com a habilidade de:

- Aplicar os métodos descritivos e analíticos adequados para cada tipo de variável estatística.
- Identificar os testes estatísticos mais adequados para cada tipo de variável estatística e interpretar seus resultados.
- Utilizar diferentes soluções estatísticas para solução de problemas no âmbito da gestão.
- Utilizar o software SPSS no tratamento de dados e a apresentação de informações.

Interdisciplinaridade

Pré-requisitos	Código
Não tem	
Disciplinas para as quais é pré-requisito	
Não tem	

Unidades de ensino		Carga-horária Horas/aula
1	VARIÁVEIS ESTATÍSTICAS, POPULAÇÕES E AMOSTRAS 1.1. Variáveis estatísticas e escalas de medida 1.2. População versus amostragem 1.2.1. Técnicas de amostragem 1.2.2. Amostras independentes e emparelhadas	01
2	ESTATÍSTICA DESCRITIVA 2.1. Medidas de tendência central 2.2. Medidas de dispersão	02

	2.3. Medidas de assimetria e achatamento 2.4. Medidas de associação 2.5. Representação gráfica de resultados	
3	INTRODUÇÃO À PROBABILIDADE 3.1. Distribuição normal 3.2. Distribuição do qui-quadrado 3.3. Distribuição <i>t</i> -Student 3.3. Distribuição <i>F</i> -Snedecor 3.3. Distribuição binominal	04
4	TESTES DE HIPÓTESES 4.1. Comparação de contagens e proporções 4.2. Testes paramétricos para comparar populações de amostras independentes 4.3. Testes não-paramétricos para comparar populações de amostras independentes 4.4. Testes para comparação de populações de amostras emparelhadas	14
5	ANÁLISE MULTIVARIADA 5.1. Análise fatorial 5.2. Análise de cluster 5.3. Análise discriminante 5.4. Análise de regressão linear	24
Total		45

Bibliografia	
01.	BRUNI, A. L. SPSS: guia prático para pesquisadores . São Paulo: Atlas, 2012.
02.	FIELD, A. Discovering statistics using IBM SPSS statistics . 4th ed. USA: Sage, 2013.
03.	HAIR, J.F. et al. Multivariate data analysis . 7th ed. New Jersey: Prentice Hall, 2010.
04.	HO, R. Handbook of univariate and multivariate data analysis with IBM SPSS . 2nd ed. USA: Chapman and Hall, 2013.
05.	KIRSTEIN, J. T.; RABAHY, W. A. Estatística aplicada as ciências humanas e ao turismo . São Paulo: Saraiva, 2007.
06.	MALHOTRA, N.K. Pesquisa de marketing . Porto Alegre: Bookman, 2001.
07.	MAROCO, J. Análise estatística: com SPSS Statistics . 6. ed. Lisboa: Reportnumber, 2014.
08.	SMAILES, J; MCGRANE, A. Estatística aplicada a administração com excel . São Paulo: Atlas, 2002.
09.	SPIEGEL, M. R.; SCHILLER, J.; SRINIVASAN, A. Probabilidade e estatística . 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.
10.	STEVENSON, W.J. Estatística aplicada à administração . São Paulo: Harbra, 2001.

DISCIPLINA: Tópico Especial: Teorias sobre cultura de consumo	CÓDIGO:
PROFESSOR: Ronan Torres Quintão	

Nível	Mestrado
Caráter	Não obrigatória
Carga Horária	30 horas
Créditos	2
Área de Concentração	Processos e Sistemas Decisórios
Linha de Pesquisa	Processos e Sistemas Decisórios em Arranjos Organizacionais

Ementa

Surgimento e evolução histórica da tradição de pesquisa de cultura de consumo (CCT), suas fronteiras e limites. Subculturas, comunidades, tribos e consumo. Identidade e ativismo. Marcas e cultura de consumo global. Mídia e mitos. Mercados, instituições, sua dinâmica, evolução e criação. Riscos, relacionamentos e escolhas.

Objetivo

Familiarizar os alunos sobre os principais temas trabalhados na tradição de pesquisa sobre Cultura de Consumo (CCT). Construir uma base de conhecimento sobre o desenvolvimento histórico das teorias da cultura de consumo no campo de pesquisa de marketing. Desenvolver habilidades na identificação de questões de pesquisa interessantes e teoricamente importantes dentro da tradição de pesquisa de cultura de consumo. Identificar a rede de conceitos, teorias, métodos e conhecimentos práticos relacionados às perguntas de pesquisas propostas pelos trabalhos acadêmicos.

Interdisciplinaridade

Pré-requisitos	Código
Não tem	
Disciplinas para as quais é pré-requisito	
Não tem	

Unidades de ensino		Carga-horária Horas/aula
1	Surgimento e evolução histórica da tradição de pesquisa de cultura de consumo (CCT), suas fronteiras e limites	4
2	Subculturas, comunidades, tribos e consumo	4
3	Identidade e ativismo	4
4	Marca e cultura de consumo global	4
5	Mídia e mitos	4
6	Riscos, relacionamentos e escolhas	4
7	Mercados, instituições, sua dinâmica, evolução e criação	6
Total		30

Bibliografia

1. Arnold, Stephen J., Robert V. Kozinets and Jay M. Handelman (2001), "Hometown Ideology and Retailer Legitimation: The Institutional Semiotics of Wal-Mart Flyers," *Journal of Retailing*, 77 (2), 243-271.
2. Arnould, Eric J. and Craig J Thompson (2005), "Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research," *Journal of Consumer Research*, 31 (March), 868-882.
3. Arnould, Eric J. and Craig J Thompson (2007), "Consumer Culture Theoretics," Sherry and Belk, Ed. *CCT Proceedings*.
4. Arnould, Eric J. and Linda L. Price (1993), "River Magic: Extraordinary Experience and the Extended Service Encounter," *Journal of Consumer Research*, 20 (June), 24-45.
5. Askegaard, S. and Linnet, Jeppe (2011), "Towards an epistemology of consumer culture theory: Phenomenology and the context of context," *Marketing Theory*, 11 (4), 381-404.
6. Askegaard, S. and Scott, Linda (2013), "Consumer culture theory: The ironies of history," *Marketing Theory*, 13 (2), pp. 139-147.
7. Belk, R. (2013), "Extended Self in a Digital World," *Journal of Consumer Research*, 40 (October), 477-500.
8. Belk, R. (2014), "The labors of the Odysseans and the legacy of the Odyssey," *Journal of Historical Research in Marketing*.
9. Belk, Russell (2010) "Sharing," *Journal of Consumer Research*, 36 (February), 715-734.
10. Belk, Russell W. (1987), "A Modest Proposal for Creating Verisimilitude in Consumer Information-Processing Models and Some Suggestions for Establishing a Discipline of Consumer Behavior," in Firat, A.F, Dholakia, N, Bagozzi, R (Eds), *Philosophical and Radical Thought in Marketing*, Lexington Books, Lexington, MA, 361-72.
11. Belk, Russell W. (1988), "Possessions and the Extended Self," *Journal of Consumer Research*, 15(September), 139-168.
12. Belk, Russell W. and Janeen Costa (1998), "The Mountain Man Myth: A Contemporary Consuming Fantasy," *Journal of Consumer Research*, 25 (December), 218-40.
13. Belk, Russell W. Guliz Ger, and Soren Askegaard (2003), "The Fire of Desire: A Multisited Inquiry into Consumer Passion," *Journal of Consumer Research*, 30 (December), 326–51.
14. Belk, Russell W., John F. Sherry, Jr., and Melanie Wallendorf (1988), "A Naturalistic Inquiry into Buyer and Seller Behavior at a Swap Meet," *Journal of Consumer Research*, 14 (March) 449-470.
15. Belk, Russell W., Melanie Wallendorf, and John F. Sherry Jr. (1989), "The Sacred and the Profane in Consumer Behavior: Theodicy on the Odyssey," *Journal of Consumer Research*, 16 (June) 1-38.
16. Bonsu, Samuel K. and Russell W. Belk (2003), "Do Not Go Cheaply Into That Good Night: Death Ritual Consumption in Asante Ghana," *Journal of Consumer Research*, 30 (June), 41-55.
17. Borghini, Stefania, Nina Diamond, Robert V. Kozinets, Mary Ann McGrath, Albert Muniz, Jr., and John F. Sherry, Jr. (2010), "Why Are Themed Brandstores So Powerful? Retail Brand Ideology at American Girl Place" *Journal of Retailing*, 85 (September), 363-375.
18. Cayla, Julian and Giana Eckhardt (2008), "Asian Brands and the Shaping of a Transnational Imagined Community," *Journal of Consumer Research*, 35 (August), 216–30.
19. Celsi, Richard L., Randall L. Rose, and Thomas W. Leigh (1993), "An Exploration of High-Risk Leisure Consumption through Skydiving," *Journal of Consumer Research*, 20 (June), 1-23.
20. Coulter, Robin A., Linda L. Price and Lawrence Feick (2003), "Rethinking the Origins of Involvement and Brand Commitment: Insights from Postsocialist Central Europe," *Journal of Consumer Research*, 30 (September), 170-183.

21. Cova, Bernard (1997), "Community and Consumption: Toward a Definition of the "Linking Value" of Product or Services," *European Journal of Marketing*, 31 (3,4), 13.
22. Cova, Bernard and Veronique Cova (2002), "Tribal marketing: The Tribalisation of Society and Its Impact on the Conduct of Marketing," *European Journal of Marketing*, 36 (5/6), 595.
23. Cova, Bernard, Maclaran, Pauline and Bradshaw, Alan (2013), "Rethinking consumer culture theory from the postmodern to the communist horizon," *Marketing Theory*, 13 (2), 213-225.
24. Daiane Scaraboto and Eileen Fischer (2013), JCR, April, Frustrated Fatshionistas: An Institutional Theory Perspective on Consumer Quests for Greater Choice in Mainstream Markets(pp. 1234-1257).
25. Diamond, Nina, John F. Sherry, Jr., Mary Ann McGrath, Albert Muniz, Jr. Robert C. Kozinets, and Stefania Borghini (2009), "American Girl and the Brand Gestalt: Closing the Loop on Sociocultural Branding Research," *Journal of Marketing*, 73 (May), 118-134.
26. Diane M. Martin and John W. Schouten (2013), Consumption-Driven Market Emergence, JCR.
27. Edward F. McQuarrie, Jessica Miller, and Barbara J. Phillips (June 2013), JCR, The Megaphone Effect: Taste and Audience in Fashion Blogging(pp. 136-158)
28. Elif Izberk-Bilgin (Dec 2012), Infidel Brands: Unveiling Alternative Meanings of Global Brands at the Nexus of Globalization, Consumer Culture, and Islamism(pp. 663-687)
29. Epp, Amber M. and Linda L. Price (2010), "The Storied Life of Singularized Objects: Forces of Agency and Network Transformation," *Journal of Consumer Research*, 36 (February), 820-837.
30. Fleura Bardhi and Giana M. Eckhardt (Dec 2012), JCR, Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing(pp. 881-898)
31. Fleura Bardhi, Giana M. Eckhardt, and Eric J. Arnould (October 2012), Liquid Relationship to Possessions (pp. 510-529)
32. Fournier, Susan (1998), "Consumers and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research," *Journal Consumer Research*, 24 (March), 343-373.
33. Giesler, Markus (2006), "Consumer Gift System: Netnographic Insights from Napster," *Journal of Consumer Research*, 33 (September), 283-290.
34. Giesler, Markus (2008), "Conflict and Compromise: Drama in Marketplace Evolution," *Journal of Consumer Research*, 34 (April), 739-753.
35. Giesler, Markus (2012), "How Doppelgänger Brand Images Influence the Market Creation Process: Longitudinal Insights from the Rise of Botox Cosmetic," *Journal of Marketing*, 76 (November), 55-68.
36. Gokcen Coskuner-Balli and Craig J. Thompson (June 2013), The Status Costs of Subordinate Cultural Capital: At-Home Fathers' Collective Pursuit of Cultural Legitimacy through Capitalizing Consumption Practices(pp. 19-41)
37. Goskuner-Bali, Gokcen (2013), "Market practices of legitimization: Insights from consumer culture theory," *Marketing Theory*, 13 (2), pp. 193-211.
38. Goulding, Christina, Avi Shankar, Richard Elliott, and Robin Canniford (2009), "The Marketplace Management of Illicit Pleasure," *Journal of Consumer Research*, 35 (5), 759-71.
39. Hirschman, Elizabeth (1986), "Humanist Inquiry in Marketing Research: Philosophy, Method, and Criteria," *Journal of Marketing Research*, 23 (August), 236-249.
40. Hollenbeck, Candice R., Cara Peters, and George M. Zinkhan (2008), "Retail Spectacles and Brand Meaning: Insights from a Brand Museum Case Study," *Journal of Retailing*, 84 (September), 334-353.
41. Holt, Douglas B. (1998), "Does Cultural Capital Structure American Consumption?," *Journal of Consumer Research*, 25 (June), 1-25.
42. Holt, Douglas B. (2002), "Why Do Brands Cause Trouble? A Dialectical Theory of Consumer

- Culture and Branding," *Journal of Consumer Research*, 29 (June), 70-90.
43. Holt, Douglas B. and Craig J. Thompson (2004), "Man-of-Action Heroes: The Pursuit of Heroic Masculinity in Everyday Consumption," *Journal of Consumer Research*, 31 (September), 425-40.
 44. Karen V. Fernandez and John L. Lastovicka (2011), "Making Magic: Fetishes in Contemporary Consumption," *Journal of Consumer Research*, 38 (August), 279-299.
 45. Kjeldgaard, Dannie and Soren Askegaard (2006), "The Glocalization of Youth Culture: The Global Youth Segment as Structures of Common Difference," *Journal of Consumer Research*, 33 (September) 231-247.
 46. Kozinets, Robert V. (1999), "E-Tribalized Marketing? The Strategic Implications of Virtual Communities of Consumption," *European Management Journal*, 17 (3), 252-264.
 47. Kozinets, Robert V. (2001), "Utopian Enterprise: Articulating the Meanings of Star Trek's Culture of Consumption," *Journal of Consumer Research*, 28 (June), 67-88.
 48. Kozinets, Robert V. (2002), "Can Consumers Escape the Market? Emancipatory Illuminations from Burning Man," *Journal of Consumer Research*, 29 (June), 20-38.
 49. Kozinets, Robert V. (2008), "Technology/Ideology: How Ideological Fields Influence Consumers' Technology Narratives." *Journal of Consumer Research*, 34 (April), 864-881.
 50. Kozinets, Robert V. and Jay M. Handelman (2004), "Adversaries of Consumption: Consumer Movements, Activism, and Ideology," *Journal of Consumer Research*, 31 (December), 691-704.
 51. Kozinets, Robert V., John F. Sherry, Jr., Diana Storm, Adam Duhachek, Krittinee Nuttavuthisit and Benét DeBerry-Spence (2004), "Ludic Agency and Retail Spectacle," *Journal of Consumer Research*, 31 (December), 658-672.
 52. Kozinets, Robert V., Kristine de Valck, Andrea Wojnicki and Sarah Wilner (2010), "Networks of Narrativity: Understanding Word-of-mouth Marketing in Online Communities," *Journal of Marketing*, 74 (March), 71-89.
 53. Kozinets, Robert V., Sherry, John F., Jr., Diana Storm, Adam Duhachek, Krittinee Nuttavuthisit and Benét DeBerry-Spence (2002), "Themed Flagship Brand Stores in the New Millennium: Theory, Practice, Prospects," *Journal of Retailing*, 78 (Spring), 17-29.
 54. Levy and Russell (2012), JCR, April, The Temporal and Focal Dynamics of Volitional Reconsumption: A Phenomenological Investigation of Repeated Hedonic Experiences (pp. 341-359).
 55. Levy, Sidney J. (1981), "Interpreting Consumer Mythology: A Structural Approach to Consumer Behavior," *Journal of Marketing*, 5 (3), 49-61.
 56. Luedicke, Marius, K. Craig J. Thompson, and Markus Giesler (2010), "Consumer Identity Work as Moral Protagonism: How Myth and Ideology Animate a Brand-Mediated Moral Conflict," *Journal of Consumer Research*, 36 (April), 1016-1032.
 57. MacInnis, Deborah J. and Valerie S. Folkes (2010), The Disciplinary Status of Consumer Behavior: A Sociology of Science Perspective on Key Controversies, *Journal of Consumer Research*, 36 (April), 899-914.
 58. Martin, Diane, John Schouten, and James McAlexander (2006), "Claiming the Throttle: Multiple Femininities in a Hyper-Masculine Subculture," *Consumption, Markets & Culture*, (September), 171-205.
 59. McCracken, Grant (1986), "Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods," *Journal of Consumer Research*, 13 (June), 71-84.
 60. Michelle F. Weinberger and Melanie Wallendorf (June 2012), JCR, Intracommunity Gifting at the Intersection of Contemporary Moral and Market Economies(pp. 74-92)
 61. Moiso, Risto and Mariam Beruchashvili (2010), "Questing for Well-Being at Weight Watchers: The Role of the Spiritual-Therapeutic Model in a Support Group," *Journal of Consumer Research*, 36 (February), 857-875.

62. Muniz, Albert and Hope Schau (2005), "Religiosity in the Abandoned Apple Newton Brand Community," *Journal of Consumer Research*, 31 (March).
63. Muniz, Albert M. and Thomas C. O'Guinn (2001), "Brand Community," *Journal of Consumer Research*, 27 (March), 412-32.
64. Murray, Jeff B. and Julie L. Ozanne (1991), "The Critical Imagination: Emancipatory Interests in Consumer Research," *Journal of Consumer Research*, 18 (September), 129-44.
65. Özlem Sandkci and Güliz Ger (2010), "Veiling in Style: How Does a Stigmatized Practice Become Fashionable?" *Journal of Consumer Research*, 37 (June), 15-36.
66. Risto Moisio, Eric J. Arnould, and James W. Gentry (August 2013), Productive Consumption in the Class-Mediated Construction of Domestic Masculinity: Do-It-Yourself (DIY) Home Improvement in Men's Identity Work, *JCR*, (pp. 298-316)
67. Robin Canniford and Avi Shankar (April 2013), *JCR*, Purifying Practices: How Consumers Assemble Romantic Experiences of Nature (pp. 1051-1069)
68. Sandıkci, Özlem, and Ger, Guliz (2010), "Veiling in Style: How Does a Stigmatized Practice Become Fashionable?" *Journal of Consumer Research*, 37 (June), 15-36.
69. Schouten, John and James McAlexander (1995), "Subcultures of Consumption: An Ethnography of the New Bikers," *Journal of Consumer Research*, 22 (June), 43-61.
70. Sherry, John F., Jr. (1983), "Gift Giving in Anthropological Perspective: *Journal of Consumer Research*," 10 (September), 157-169.
71. Sherry, John F., Jr. (1998), The Soul of the Company Store: Nike Town Chicago and the Emplaced Brandscape, in John F. Sherry, Jr. (Ed.) *Servicescapes: The Concept of Place in Contemporary Markets*, Lincolnwood, IL: NTC Business Books, 109-146.
72. Sherry, John F., Jr., Robert V. Kozinets, Adam Duhachek, Benét DeBerry-Spence, Krittinee Nuttavuthisit and Diana Storm (2004), "Gendered Behavior in a Male Preserve: Role Playing at *ESPN Zone Chicago*," *Journal of Consumer Psychology*, 14 (1 & 2), 151-158.
73. Sherry, John F., Jr., Robert V. Kozinets, Diana Storm, Adam Duhachek, Krittinee Nuttavuthisit and Benét DeBerry-Spence (2001), "Being In The Zone: Staging Retail Theater at *ESPN Zone Chicago*," *Journal of Contemporary Ethnography*, 30 (August), 465-510.
74. Stephen Brown, Pierre McDonagh, and Clifford J. Shultz II (2013), *JCR*, Titanic: Consuming the Myths and Meanings of an Ambiguous Brand.
75. Tandy Chalmers Thomas, Linda L. Price, and Hope Jensen Schau (April 2013), *JCR*,
76. Thompson, Craig and Siok Kuan Tambyah (1999), "Trying to be Cosmopolitan," *Journal of Consumer Research*, 26 (December), 214-241.
77. Thompson, Craig J. (2004), "Marketplace Mythology and Discourses of Power," *Journal of Consumer Research*, 31 (June), 162-180.
78. Thompson, Craig J. and Diana L. Haytko (1997), "Speaking of Fashion: Consumers' Uses of Fashion Discourses and the Appropriation of Countervailing Cultural Meanings," *Journal of Consumer Research*, 24 (June), 15-42.
79. Thompson, Craig J. and Gokcen Coskuner-Balli (2007), "Countervailing Market Responses to Corporate Co-optation and the Ideological Recruitment of Consumption Communities," *Journal of Consumer Research*, 34 (August), 135-51.
80. Thompson, Craig J. and Kelly Tian (2008), "Reconstructing the South: How Commercial Myths Compete for Identity Value through the Ideological Shaping of Popular Memories and Counter Memories," *Journal of Consumer Research*, 34 (February), 595-612.
81. Thompson, Craig J. and Zeynep Arsel (2004), "The Starbucks Brandscape and Consumers' (Anti-Corporate) Experiences of Glocalization," *Journal of Consumer Research*, 31 (December), 631-642.
82. Thompson, Craig J., Aric Rindfleisch, and Zeynep Arsel (2006), "Emotional Branding and the Strategic Value of the Doppelgänger Brand Image," *Journal of Marketing*, 70 (January), 50-64.
83. Thompson, Craig, Arnould, Eric, and Giesler, Markus (2013), "Discursivity, difference, and

- disruption: Genealogical reflections on the consumer culture theory heteroglossia,” *Marketing Theory*, 13 (2), pp. 149-174.
84. Thuc-Doan T. Nguyen and Russell W. Belk (October 2013), Harmonization Processes and Relational Meanings in Constructing Asian Weddings(pp. 518-538)
 85. Tom van Laer, Ko de Ruyter, Luca M. Visconti, and Martin Wetzels (2013 FORTCHOMING JCR), The Extended Transportation-Imagery Model: A Meta-Analysis of the Antecedents and Consequences of Consumers’ Narrative Transportation.
 86. Tumbat, Gülnur and Russell Belk (2011), “Marketplace Tensions in Extraordinary Experiences,” *Journal of Consumer Research*, 38 (1), 2011, 42-61.
 87. Üstüner, Tuba and Craig J. Thompson (forthcoming), How Marketplace Performances Produce Interdependent Status Games and Contested Forms of Symbolic Capital, *Journal of Consumer Research*.
 88. Üstüner, Tuba, and Douglas B Holt (2007), “Dominated Consumer Acculturation: Dominated Consumer Acculturation: The Social Construction of Poor Migrant Women's Consumer Identity Projects in a Turkish Squatter,” *Journal of Consumer Research*, 34 (1), 41-56.
 89. Üstüner, Tuba, and Douglas B Holt (2010), “Toward a Theory of Status Consumption in Less Industrialized Countries,” *Journal of Consumer Research*, 37 (June), 37-56.
 90. Varman, Rohit and Janeen Arnold Costa (2009), “Competitive and Cooperative Behavior in Embedded Markets: Developing an Institutional Perspective on Bazaars,” *Journal of Retailing*, 85 (December), 453-467.
 91. Visconti, Luca M., John F. Sherry, Jr., Stefania Borghini, and Laurel Anderson (2012) "Street Art, Sweet Art? Reclaiming the 'Public' in Public Place." *Journal of Consumer Research*, 37 (3), 511-529.
 92. Zeynep Arsel and Craig J. Thompson (2011), “Demythologizing Consumption Practices: How Consumers Protect Their Field-Dependent Identity Investments from Devaluing Marketplace Myths,” *Journal of Consumer Research*, 37 (February), 791-806.
 93. Zeynep Arsel and Jonathan Bean (2013), Taste Regimes and Market-Mediated Practice, *Journal of Consumer Research* (pp. 899-917)