



RESOLUÇÃO Nº 66 / 2021 - PPGA (11.52.13)

Nº do Protocolo: 23062.038761/2021-48

Belo Horizonte-MG, 01 de setembro de 2021.

**Aprova Planos de Curso de novas disciplinas do Programa de Pós-Graduação 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 e de acordo com o que foi aprovado na 79ª Reunião do Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Administração, de 31 de agosto de 2021,

**RESOLVE:**

**Art. 1º** - Aprovar os Planos de Curso das novas disciplinas do Programa de Pós-Graduação em Administração que se encontram em anexo:

Tópico Especial: Consumo, Mercado e Sociedade

Tópico Especial: Otimização Linear

Tópico Especial: Plataformização do Trabalho, Neoliberalismo e Gestão do Sofrimento

Tópico Especial: Sistemas de Suporte à Decisão Espacial

**Art. 2º** - Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Publique-se e cumpra-se.

*(Assinado digitalmente em 01/09/2021 13:55)*

LILIAN BAMBIRRA DE ASSIS

COORDENADOR - TITULAR

PPGA (11.52.13)

Matrícula: 1494784

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <https://sig.cefetmg.br/public/documentos/index.jsp> informando seu número: **66**, ano: **2021**, tipo: **RESOLUÇÃO**, data de emissão: **01/09/2021** e o código de verificação: **fd8e33623f**

<b>DISCIPLINA:</b> Tópico Especial: Consumo, Mercado e Sociedade	<b>CÓDIGO:</b>
<b>PROFESSOR:</b> Ronan Torres Quintão	

<b>Nível</b>	Mestrado
<b>Caráter</b>	Não obrigatória
<b>Carga Horária</b>	15
<b>Créditos</b>	1
<b>Área de Concentração</b>	Processos e Sistemas Decisórios
<b>Linha de Pesquisa</b>	Processos e Sistemas Decisórios em Arranjos Organizacionais

### **Ementa**

Surgimento e evolução histórica do consumo e mercado. Cultura e consumo local e global. Consumo e sociedade. Dinâmica, evolução e criação de mercados e seus impactos na sociedade. Relevância da análise de consumo e mercado na tomada de decisão em marketing e suas implicações gerenciais.

### **Objetivo**

Familiarizar os alunos sobre os principais temas sobre consumo, mercado e seus impactos na sociedade como suporte à tomada de decisão do gestor. Construir uma base de conhecimento sobre o desenvolvimento histórico das teorias sobre consumo e mercado. Desenvolver habilidades na identificação de questões de pesquisa interessantes e teoricamente importantes dentro da área de marketing que auxiliam o processo de decisão. Identificar a rede de conceitos, teorias, métodos e conhecimentos práticos relacionados às perguntas de pesquisa propostas pelos trabalhos acadêmicos.

### **Interdisciplinaridade**

<b>Pré-requisitos</b>	<b>Código</b>
Não tem	
<b>Disciplinas para as quais é pré-requisito</b>	
Não tem	

<b>Unidades de ensino</b>		<b>Carga-horária Horas/aula</b>
1	Surgimento e evolução histórica do consumo e mercado	3
2	Cultura e consumo local e global. Consumo e sociedade	4
3	Dinâmica, evolução e criação de mercados e seus impactos na sociedade	4
4	Consumo e mercado na tomada de decisão em marketing e suas implicações gerenciais.	4
<b>Total</b>		<b>15</b>

Bibliografia	
1	AAKER, D. A., KUMAR, V.; DAY, G. S. <b>Pesquisa de marketing</b> . São Paulo: Atlas, 2004.
2	APPADURAI, A. <b>A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural</b> . Niterói: EdUFF, 2008.
3	ARSEL, Z.; BEAN, J. Taste regimes and market-mediated practice. <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 39, n. 5, p. 899-917, 2013.
4	BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. <b>Cultura, consumo e identidade</b> . FGV Editora, 2006.
5	BARBOSA, Livia. <b>Sociedade de consumo</b> . Zahar, 2004.
6	BARDHI, F.; ECKHARDT, G. M.; ARNOULD, E. J. Liquid relationship to possessions. <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 39, n. 3, p. 510-529, 2012.
7	BAUMAN, Zygmunt. <b>Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria</b> . Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
8	BELK, R. Extended self in a digital world. <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 40, n. 3, p. 477-500, 2013.
9	BERNARD, C.; COVA, V. Tribal marketing: the tribalisation of society and its impact on the conduct of marketing. <b>European Journal of Marketing</b> , v. 36, n. 5/6, p. 595-620, 2002.
10	BOURDIEU, P. <b>A distinção: crítica social do julgamento</b> . Porto Alegre: Editora Zouk, 2011
11	CANNIFORD, R.; SHANKAR, A. Purifying practices: how consumers assemble romantic experiences of nature. <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 39, n. 5, p. 1051-1069, 2013.
12	CASTILHOS, R. B.; DOLBEC, P. Y. Conceptualizing spatial types: characteristics, transitions, and research avenues. <b>Marketing Theory</b> , v. 18, n. 2, p. 154-168, 2018.
13	COSKUNER-BALLI, G.; THOMPSON, C. J. The status costs of subordinate cultural capital: at-home fathers collective pursuit of cultural legitimacy through capitalizing consumption practices. <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 40, n. 1, p. 19-41, 2013.
14	DELANDA, Manuel. <b>A new philosophy of society: assemblage theory and social complexity</b> . London: Continuum, 2006.
15	EPP, A. M.; PRICE, L. L. The storied life of singularized objects: forces of agency and network transformation. <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 36, n. 5, p. 820-837, 2010.
16	FIGUEIREDO, B.; SCARABOTO, D., The systemic creation of value through circulation in collaborative consumer networks. <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 43, n. 4, p. 509-533, 2016.

17	GEERTZ, Clifford. <b>Interpretação das Culturas</b> . Rio de Janeiro: LTC, 2008.
18	GIESLER, M. How doppelgänger brand images influence the market creation process: longitudinal insights from the rise of botox cosmetic. <b>Journal of Marketing</b> , v. 76, n. 6, p. 55-68, 2012.
19	HOLT, D. B. Does cultural capital structure american consumption? <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 25, n. 1, p. 1-25, 1998.
20	HOLT, D. B. Why do brands cause trouble? A dialectical theory of consumer culture and branding. <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 29, n. 1, p. 70-90, 2002.
21	HOLT, Douglas B.; THOMPSON, Craig J. Man-of-Action Heroes: The Pursuit of Heroic Masculinity in Everyday Consumption. <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 31, n. 2, p. 425-40, 2004.
22	KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. <b>Princípios de marketing</b> . 15 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.
23	KOTLER, P.; KELLER, K. L. <b>Administração de Marketing</b> . 14 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.
24	MALHOTRA, N. K. <b>Pesquisa de marketing: foco na decisão</b> . 3 ed. São Paulo: Parson Prentice Hall, 2011.
25	MARTIN, D. M.; SCHOUTEN, J. W. Consumption-driven market emergence. <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 40, n. 5, p. 855-870, 2013.
26	MCCRACKEN, Grant. <b>Cultura &amp; consumo</b> . Rio de Janeiro: Mauad Editora Ltda, 2003.
27	MCQUARRIE, E. F.; MILER, J.; PHILLIPS, B. J. The megaphone effect: taste and audience in fashion blogging. <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 40, n. 1, p. 136-158, 2013.
28	MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. <b>Horizontes Antropológicos</b> , v. 13, n. 28, p. 33-63, 2007.
29	RISTO, M.; ARNOULD, E. J.; GENTRY, J. W. Productive consumption in the class-mediated construction of domestic masculinity: do-it-yourself (DIY) home improvement in men's identity work. <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 40, n. 2, p. 298-316, 2013.
30	ROCHA, E. E.; BARROS, C. Dimensões culturais do marketing: teoria antropológica, etnografia e comportamento do consumidor. <b>Revista de Administração de Empresas</b> , v. 46, n. 4, p. 36-47, 2006.
31	ROOK, D. W. Dimensão ritual do comportamento do consumidor. <b>Revista de Administração de Empresas</b> , v. 47, n. 1, p. 81-98, 2007.
32	SCARABOTO, D.; FISCHER, E. Frustrated fatshionistas: an institutional theory perspective on consumer quests for greater choice in mainstream markets. <b>Journal of</b>

	<b>Consumer Research</b> , v. 39, n. 6, p. 1234-1257, 2013.
33	SCHOUTEN, J.; MCALEXANDER, J. Subcultures of consumption: an ethnography of the new bikers. <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 22, n. 1, p. 43-61, 1995.
34	THOMAS, T. C.; PRICE, L. L.; SCHAU, H. J. When differences unite: resource dependence in heterogeneous consumption communities. <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 39, n. 5, p. 1010-1033, 2013.
35	THOMPSON, C. J.; ARSEL, Z. The Starbucks brandscape and consumers' (anticorporate) experiences of glocalization. <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 31, n. 3, p. 631-642, 2004.
36	WEIJO, H. A; MARTIN, D. M.; ARNOULD, E. J., Consumer movements and collective creativity: the case of restaurant day. <b>Journal of Consumer Research</b> , v. 45, n. 2, p. 251-274, 2018.

<b>DISCIPLINA:</b> Tópico Especial: Otimização Linear	<b>CÓDIGO:</b>
<b>PROFESSOR:</b> Elisangela Martins de Sá	

<b>Nível</b>	Mestrado
<b>Caráter</b>	Não obrigatória
<b>Carga Horária</b>	45
<b>Créditos</b>	3
<b>Área de Concentração</b>	Processos e Sistemas Decisórios
<b>Linha de Pesquisa</b>	Processos e Sistemas Decisórios em Arranjos Organizacionais

**Ementa**

Problemas de otimização linear. Método gráfico. Condições de otimalidade. Método simplex. Dualidade e análise de sensibilidade. Problemas de otimização linear inteira. Problemas de otimização linear inteira mista. Modelagem com variáveis binárias. Modelando sistemas de negócios. Algoritmos e análise de complexidade.

**Objetivo**

A disciplina deverá possibilitar ao estudante: selecionar a ferramenta de otimização mais adequada para modelar um problema real; desenvolver modelos de otimização; analisar diferentes modelos de otimização e suas soluções; compreender o funcionamento dos principais métodos de resolução.

**Interdisciplinaridade**

<b>Pré-requisitos</b>	<b>Código</b>
Não tem	
<b>Disciplinas para as quais é pré-requisito</b>	
Não tem	

<b>Unidades de ensino</b>		<b>Carga-horária Horas/aula</b>
1	Problemas de otimização linear	6
2	Método gráfico	3
3	Condições de otimalidade. Método simplex	12
4	Dualidade. Análise de sensibilidade	6
5	Problemas de otimização linear inteira. Modelagem com variáveis binárias. Problemas de otimização linear inteira mista	12
6	Modelando sistemas de negócios	3
7	Algoritmos e análise de complexidade	3
<b>Total</b>		<b>45</b>

<b>Bibliografia</b>	
1	ACHTERBERG, Tobias [et al]. Presolve reductions in mixed integer programming. <b>INFORMS Journal on Computing</b> , v. 32, n. 2, p. 473-506, 2020.
2	ARENALES, M.; ARMENTANO, V. A.; MORABITO, R.; YANASSE, H. H. <b>Pesquisa operacional</b> . Rio de Janeiro: Campus/elsevier, 2007. 523 p. ISBN 10-85-352-145-1454-2
3	AVERKOV, Gennadiy; SCHYMURA, Matthias. Complexity of linear relaxations in integer programming. <b>Mathematical Programming</b> , p. 1-37, 2021.
4	BERTSIMAS, D.; TSITSIKLIS, J. N. <b>Introduction to linear optimization</b> . Nashua (EUA): Athena Scientific, 1997.
5	BOLAND, Natasha L.; SAVELSBERGH, Martin W. P. <b>Perspectives on integer programming for time-dependent models</b> . <i>Top</i> , v. 27, n. 2, p. 147-173, 2019.
6	HILLIER, F. S.; LIEBERMAN, G. J. <b>Introdução à Pesquisa Operacional</b> . 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.
7	KLOTZ, Ed; NEWMAN, Alexandra M. Practical guidelines for solving difficult linear programs. <b>Surveys in Operations Research and Management Science</b> , v. 18, n. 1-2, p. 1-17, 2013.
8	KLOTZ, Ed; NEWMAN, Alexandra M. Practical guidelines for solving difficult mixed integer linear programs. <b>Surveys in Operations Research and Management Science</b> , v. 18, n. 1-2, p. 18-32, 2013.
9	NEMHAUSER, G.; WOLSEY, L. A. <b>Integer and combinatorial optimization</b> . New York: John Wiley & Sons, c1999. 763 p. ISBN 978-0-471-35943-2
10	WOLSEY, L. A. <b>Integer Programming</b> . New York: John Wiley & Sons, c1998. 264 p. ISBN 0-471 -28366-5

<b>DISCIPLINA:</b> Tópico Especial: Plataformização do Trabalho, Neoliberalismo e Gestão do Sofrimento	<b>CÓDIGO:</b>
<b>PROFESSOR:</b> Admardo B. Gomes Júnior	

<b>Nível</b>	Mestrado
<b>Caráter</b>	Não obrigatória
<b>Carga Horária</b>	45
<b>Créditos</b>	3
<b>Área de Concentração</b>	Processos e Sistemas Decisórios
<b>Linha de Pesquisa</b>	Processos e Sistemas Decisórios em Arranjos Organizacionais

#### **Ementa**

O novo espírito do capitalismo e a nova razão do mundo. O neoliberalismo e as novas técnicas do poder no capitalismo de vigilância. Origem, conceituações e tipos de Plataformas de Trabalho. Mal-estar, sofrimento e sintomas no cibertrabalho. O ciberpreariado, alienação e formas de resistências.

#### **Objetivo**

Refletir sobre as atuais formas de trabalho mediados por plataformas numa articulação da crítica social, crítica do sujeito e crítica das formas de racionalidade técnica de tais dispositivos. Problematizar manifestações contemporâneas de mal-estar no campo de trabalho e da educação para compreender como as dinâmicas do poder se relacionam com a racionalidade social, com a instauração da vida psíquica e os padrões gerais de racionalidade.

#### **Interdisciplinaridade**

<b>Pré-requisitos</b>	<b>Código</b>
Não tem	
<b>Disciplinas para as quais é pré-requisito</b>	
Não tem	

<b>Unidades de ensino</b>		<b>Carga-horária Horas/aula</b>
1	O novo espírito do capitalismo e o capitalismo de vigilância	15
2	Plataformização do Trabalho	15
3	O mal-estar na ordem digital	15
<b>Total</b>		<b>45</b>

Bibliografia	
1	AMORIM, H.; MODA, F. B. Trabalho por aplicativo: gerenciamento algorítmico e condições de trabalho dos motoristas da Uber. In: <b>Fronteiras-estudos midiáticos</b> . 22(1):59-71 janeiro/abril, 2020. doi: 10.4013/fem.2020.221.06
2	BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. <b>O novo espírito do capitalismo</b> . São Paulo: WFM Martins Fontes, 2009.
3	BRUNO [et al.]. <b>Tecnopolíticas da vigilância</b> : perspectivas da margem. São Paulo: Boitempo, 2018.
4	D'ANDRÉA, Carlos. <b>Pesquisando plataformas online</b> : conceitos e métodos. Salvador: EDUFBA, 2020.
5	DARDOT, P.; LAVAL, C. <b>A nova razão do mundo</b> : ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Editora Boitempo, 2016.
6	DOORN, Niels van. Platform labor: on the gendered and racialized exploitation of low-income service work in the 'on-demand' economy. In: <b>Information, Communication &amp; Society</b> , 20:6, 898-914, 2017. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1294194
7	DUNKER, C. <b>Mal-estar, sofrimento e sintoma</b> : uma psicopatologia do Brasil entre muros. São Paulo: Boitempo, 2015.
8	DUGGAN, J.; SHERMAN, U.; CARBERY, R.; MCDONNELL, A. Algorithmic management and app-work in the gig economy: A research agenda for employment relations and HRM. <b>Human Resource Management Journal</b> , 30(1), 114-132, 2020.
9	FIGUEIRA, V.; CALVALCANTE, S. O trabalho no século XXI e o novo adeus à classe trabalhadora. <b>Princípios</b> , 1(159), 11–41, 2020. <a href="https://doi.org/10.4322/principios.2675-6609.2020.159.001">https://doi.org/10.4322/principios.2675-6609.2020.159.001</a>
10	GRIESBACH, K.; REICH, A.; ELLIOTT-NEGRI, L.; MILKMAN, R. Algorithmic Control in Platform Food Delivery Work. In: <b>Socius</b> . January. 2019. doi:10.1177/2378023119870041
11	HAN, Byung-chul. <b>Psicopolítica</b> : o neoliberalismo e as novas técnicas de poder. Belo Horizonte: Áyiné, 2018.
12	GUERRA, A.; & D'ANDRÉA, C. Dimensões algorítmicas do trabalho plataformizado: cartografando o preço dinâmico da Uber. <b>E-Compós</b> . 2020. <a href="https://doi.org/10.30962/ec.2046">https://doi.org/10.30962/ec.2046</a>
13	GUERRA, A.; DUARTE, F. C. P. Plataformização e trabalho algorítmico: contribuições dos estudos de plataforma para o fenômeno da uberização. In: <b>Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura</b> , v. 22, n. 2, p. 38-55, 2020.
14	GROHMANN, R. Trabalho Digital: o papel organizador da comunicação. <b>Comunicação, mídia e consumo (online)</b> , v. 18, p. 185, 2021.
15	GROHMANN, R. A Comunicação na Circulação do Capital em Contexto de Plataformização. <b>Liinc em revista</b> , v. 16, p. 1-15, 2020b.
16	GROHMANN, R.; QIU, J. Contextualizando o Trabalho em Plataformas. <b>Revista Contracampo</b> , v. 39, p. 1-10, 2020a.
17	GROHMANN, R. Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. <b>Eptic On-Line (UFS)</b> , v. 22, p. 106-122, 2020c.
18	JARRAHi, M. H.; SUTHERLAND, W. Algorithmic Management and Algorithmic Competencies: Understanding and Appropriating Algorithms in Gig Work. In: TAYLOR, N.; CHRISTIAN-LAMB, C.; MARTIN, M.; NARDI, B. (ed.) Information in Contemporary Society. iConference 2019. <b>Lecture Notes in Computer Science</b> , vol 11420. Springer, Cham, 2019. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-030-15742-5_55">https://doi.org/10.1007/978-3-030-15742-5_55</a>
19	MÖHLMANN, M; ZALMANSON, L. Hands on the wheel: Navigating algorithmic management and Uber drivers' autonomy. In: <b>Proceedings of the International</b>



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

Plano de Ensino

Campus: II – Belo Horizonte

	<b>Conference on Information Systems (ICIS 2017)</b> , December 10-13, Seoul, South Korea, 2017.
20	MOROZOV, Evgeny. <b>Big Tech a ascensão dos dados e a morte da política</b> . São Paulo: Ubu editora, 2018.

<b>DISCIPLINA:</b> Tópico Especial: Sistemas de Suporte à Decisão Espacial	<b>CÓDIGO:</b>
<b>PROFESSOR:</b> Renata Lúcia Magalhães de Oliveira	

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

### **Ementa**

Cartografia e Sistemas de Informações Geográficas. Dados espaciais. Cartogramas e mapas coropléticos. Análise descritiva espacial. Sistemas de Suporte à Decisão Espacial (SDSS). Aplicações de SDSS em: geomarketing, gestão pública e decisões colaborativas.

### **Objetivo**

Esta disciplina tem por objetivo formar estudantes aptos a:

- Utilizar o R para manipulação de dados, geração de instrumentos de comunicação e representação de dados.
- Discutir conceitos, princípios e fundamentos do tratamento da informação espacial de maneira argumentativa;
- Identificar, selecionar e implementar ferramentas de tratamento e representação de dados espaciais em níveis estratégico e tático;
- Utilizar Sistemas de Suporte à Decisão Espacial por meio de (i) visualização de dados espaciais; (ii) geocodificação; (iii) mineração de dados espaciais; (iv) estatística descritiva espacial.

### **Interdisciplinaridade**

<b>Pré-requisitos</b>	<b>Código</b>
Não tem	
<b>Disciplinas para as quais é pré-requisito</b>	
Não tem	

<b>Unidades de ensino</b>		<b>Carga-horária Horas/aula</b>
1	Comunicação por meio do R	4
2	Visualização de dados no R	4
3	Manipulação e transformação de dados no R	4
4	Argumentos lógicos	4

5	Cartografia básica	4
6	Dados espaciais e geocodificação	4
7	Manipulação de dados espaciais	8
8	Representação de dados espaciais	8
9	Mineração de dados espaciais	8
10	Estatística espacial descritiva	8
11	Sistemas de Suporte à Decisão Espacial	4
<b>Total</b>		<b>60</b>

<b>Bibliografia</b>	
1	Singleton, A. D.; Spielman, S. E.; Folch, D. C. <b>Urban Analytics</b> . London: Sage, 2018.
2	Comber, L.; Brunsdon, C. <b>An Introduction to R for Spatial Analysis and Mapping</b> . London: Sage, 2019.
3	MIRANDA, José Iguelmar. <b>Fundamentos de sistemas de informações geográficas</b> . Embrapa. 2010.
4	SILVA, Jorge Xavier da; ZAIDAN, Ricardo Tavares (Organizadores). <b>Geoprocessamento &amp; análise ambiental: aplicações</b> /. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.
5	FITZ, Paulo Roberto. <b>Cartografia básica</b> . São Paulo: Oficina de Textos, c2008.
6	LONGLEY, Paul A.... [et al.]. <b>Sistemas e ciência da informação geográfica</b> . tradução André Schneider ... [et al.]. Bookman, 2012.
7	CASSARRO, Antonio Carlos. <b>Sistemas de informação para tomada de decisões</b> . 3. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning. 2001.
8	Comber, L.; Brunsdon, C. <b>Geographical Data Science and Spatial Data Analysis: An Introduction in R</b> . London: Sage, 2020.
9	Lovelace, Robin; Nowosad, Jakub; Muenchow, Jannes. <b>Geocomputation with R</b> . London: CRC Press, 2019.
10	Lansley, G.; Cheshire, J. <b>An Introduction to Spatial Data Analysis and Visualization in R</b> . London: Consumer Data Research Center, 2016.
11	Wikle, Christopher K.; Zammit-Mangion, Andrew <b>Spatio-Temporal Statistics with R</b> . London: Chapman and Hall/CRC, 2019.
12	Bivand, Roger S.; Pebesma, Edzer; Gomez-Rubio, Virgilio <b>Applied Spatial Data Analysis with R</b> . Verlag: Springer, 2013.
13	Longley, Paul. A; Batty, Michael <b>Advanced Spatial Analysis: The CASA Book of GIS</b> . CASA, London, 2003.