DISCIPLINA: Gestão Organizacional	**CÓDIGO**: P00ADM008.01
PROFESSOR: Fabrício Molica de Mendonça	

Nível	Mestrado
Caráter	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

Conceitos e visão sistêmica nas diversas áreas de uma organização: marketing, finanças, pessoas e operações e logística. Integração dessas funções. Conceitos elementares de cada função. Operações: variabilidade e entropia; objetivos, estratégias e variáveis das operações; tipologia de processos. Ciclo PDCA, abordagem de processo, metodologia de solução de problemas. Planejamento e controle da produção e da qualidade. Sistemas atuais de produção. Finanças: evolução da função financeira, a inter-relação da área de finanças com as demais áreas funcionais. Decisões financeiras: investimento, financiamento e distribuição de resultados. Demonstrações financeiras. Matemática financeira. Administração do Capital de Giro. Principais aspectos da moderna teoria financeira. Teoria do custo de capital. Recursos Humanos: evolução da área de Recursos Humanos. Planejamento, organização e avaliação em Recursos Humanos. Tendências e perspectivas em Recursos Humanos. Marketing: evolução histórica campo de pesquisa de marketing. Teorias sobre cultura de consumo. Estratégia de marketing: evolução e criação de mercados. Comportamento do consumidor: comunidades de consumo, singularização e comoditização de objetos.

Objetivo

Realizar discussões sobre teorias e práticas de gestão organizacional de modo a proporcionar noções sobre as organizações, sua amplitude e complexidade em uma visão sistêmica, envolvendo a integração das funções de operações e logística, marketing, finanças e pessoas.

Interdisciplinaridade

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

Unidades de ensino		Carga-horária Horas/aula
1	**Operações e Logística**	
	A visão sistêmica e contingencial das organizações: Conceito e Interação entre as funções da organização: marketing, finanças, pessoas e operações e logística. Administração de operações na organização. Desenvolvimento de estratégias de operações, prioridades e competências competitivas. O ciclo de melhoria contínua e o seu uso na análise de problemas de operações. A abordagem de processos como instrumento de apoio à Gestão. Planejamento e controle da produção e da qualidade. Sistemas atuais de produção.	6 horas
2	**Finanças**	
	Evolução da teoria financeira. Decisões financeiras: investimento, financiamento e distribuição de resultados. Matemática Financeira. Administração do Capital de Giro. Demonstrações Financeiras. A moderna teoria financeira. Teoria do custo de capital.	6 horas
3	**Marketing**	
	Explicação sobre a evolução histórica do campo de pesquisa em marketing nas últimas décadas. Teorias sobre cultura de consumo. Comportamento do consumidor e estratégia de marketing. Processo de criação e evolução dos mercados. Mega mercados. Criação e construção de marca. Comunidade de Consumo. Posse, singularização e comoditização de objetos.	6 horas
4	**Pessoas**	
	Evolução da área de Recursos Humanos. Planejamento, organização e avaliação em Recursos Humanos. Tendências e perspectivas em Recursos Humanos. Temas emergentes em gestão de pessoas.	6 horas
5	**Integração das funções organizacionais**	6 horas
	Total	**30 horas**

Bibliografia	
	Operações e Logística
1	ANTUNES JR., J. A. V.; KLIEMANN NETO, F. J.; FENSTERSEIFER, J. E. Considerações críticas sobre a evolução das filosofias da administração da produção: do just-in-case ao just-in-time. **RAE,** v. 29, n. 3, p. 29-64, 1989.
2	CROSON, R; SCHULTZ, K; SIEMSEN, E.; YEO, M. L. Behavioral operations: the state of the field. Journal of Operations Management, v. 31, n. 1-2, p.1-5, 2013.
3	KRAJEWSKI, L. TITZAMAN, L. MALHOTRA, M. **Administração da Produção.** São Paulo: Pearson, 2009.
4	SHINGO, S. **O sistema Toyota de produção**: do ponto de vista da engenharia da produção. Porto Alegre: Bookman, 2000.
5	SLACK, N.; CHAMBERS, S.; HARRISON, A.; JOHNSTON, R.; HARLAND, C. **Administração da produção**. 3. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2007.
6	VALLE, R.; OLIVEIRA, S. B (Orgs.). **Gestão por Processos:** análise e modelagem de processos – Foco na técnica BPMN. Rio de Janeiro: Atlas, 2012.
7	VAN LOOY, A.; DE BACKER, M; POELS, G.; SNOECK, M. Choosing the right business process maturity model. **Information & Management,** v. 50, n. 7, p. 466-488, 2013.

8	WOMACK, J. P.; JONES, D. T. **A mentalidade enxuta nas empresas:** leanthinking. Rio de Janeiro: Campus, 2004.
	Finanças
9	ASSAF NETO, A. **Finanças corporativas e valor.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
10	BODIE, Z.; KANE, A.; MARCUS, J. A. **Investimentos**. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
11	BOLTON, P.; SCHARFSTEIN, D. Corporate Finance, the theory of the firm, and organizations. **The Journal Of Economic Perspectives,** v. 12, n. 4, p. 95-114, 1998.
12	BREALEY, R. A.; MYERS, S. C. **Princípios de finanças empresariais**. Lisboa: McGraw-Hill de Portugal, 1992.
13	COPELAND, T. E.; WESTON, F. J.; SHASTRI, K. **Financial theory and corporate policy**. 4th ed. Prentice Hall, 2004.
14	DAMODARAN, A. **Avaliação de investimentos:** ferramentas e técnicas para a determinação do valor de qualquer ativo. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2010.
15	GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira**. 10. ed. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2004.
16	GRAHAM, J. R.; HARVEY, C. R. The theory and practice of corporate finance: evidence from the field. **Journal of Financial Economics**, v. 61, p. 187-243, 2001.
17	GRINBLAT, M.; TITMAN, S. **Mercados financeiros e estratégias corporativas**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
18	JENSEN, M. C.; SMITH JR, C. W. The theory of corporate finance: a historical overview. **Working Paper**, 1984. Disponível em: <http://papers.ssrn.com/abstract=244161>.
19	MILLER, M. H. The history of finance. **The Journal of Portfolio Management,** v. 25, n. 4, p. 95-101, 1999.
20	ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R.W.; JAFFE, J. F. **Administração financeira**: corporate finance. São Paulo: Atlas, 1995.
21	SAITO, A. T.; SAVOIA, J. R. F. Financial theory evolution. **International Journal of Education and Research,** v. 1, n. 4, 2013.
22	TIROLE, J. **The theory of corporate finance**. Princenton: Princeton University Press, 2006.
	Marketing
23	ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. Consumer culture theory (CCT): twenty years of research. **Journal of Consumer Research,** v. 31, n. 4, p. 868-882, 2005.
24	ARNOULD, E. J; THOMPSON, C. J. Consumer culture theory (and we really mean theoretics): dilemmas and opportunities posed by an academic branding strategy. In: BELK, R. W; SHERRY, J. F. **Consumer culture theory**. Oxford: Elsevier, 2007.
25	BELK, R. The labors of the Odysseans and the legacy of the Odyssey. **Journal of Historical Research in Marketing,** v. 6, n. 3, p.379-404, 2014.
26	MACINNIS, D. J.; FOLKES, V. S. The Disciplinary Status of Consumer Behavior: A Sociology of Science Perspective on Key Controversies. **Journal of Consumer Research,** v. 36, n. 6, p. 899-914, 2010.
27	THOMAS, T. C.; PRICE, L. L.; SCHAU, H. J. When differences unite: resource dependence in heterogeneous consumption communities. **Journal of Consumer Research,** v. 39, n. 5, p. 1010-1033, 2013.
28	EPP, A. M.; PRICE, L. L. The storied life of singularized objects: forces of agency and network transformation. **Journal of Consumer Research,** v. 36, n. 5, p. 820-837, 2010.
29	GIESLER, M. How Doppelgänger Brand Images Influence the Market Creation Process: Longitudinal Insights from the Rise of Botox Cosmetic. **Journal of Marketing,** v. 76, n. 6,

	p. 55-68, 2012.
30	HUMPHREYS, A. Megamarketing: The Creation of Markets as a Social Process. **Journal of Marketing**, v. 74, n. 4, p. 1-19, 2010.
31	AUDEBRAND, L; IACOBUS, A. Avoiding potential traps in fair trade marketing: a social representation perspective. **Journal of Strategic Marketing,** v. 16, n. 1, p. 3-19, 2008.
32	BACH, D.; ALLEN, D. What every CEO Needs to Know about Nonmarket Strategy. **MIT Sloan Management Review,** v. 51, n. 3, p. 40-48, 2010.
33	CHURCHILL, G. A.; PETER, J. P. **Marketing**: criando valor para clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.
34	GRUCA, T.; BERG, J.; CIPRIANO, M. Consensus and differences of opinion in electronic prediction markets. **Electronic Markets,** v. 15, n. 1, p. 13-22, 2005.
35	KIRMANI, A; RAO, A. R. No pain, no gain: a critical review of the literature on signaling unobservable product quality. **Journal of Marketing,** v. 64, n. 2, p. 66-79, 2000.
36	WETZELS, M.; KO, R.; LEMMINK, J. Antecedents and consequences of service quality in business-to-business services. IN: SWARTZ, T. A.; IACOBUCCI, D. **Handbook of services marketing and management**. Thousand Oaks: Sage, p. 343-356, 2000.
37	WHITTINGTON, R. Big Strategy/Small Strategy. **Strategic Organization,** v. 10, n. 3, p. 263-268, 2012.
	Pessoas
38	BARBOSA, A. C. Q. A produção acadêmica em recursos humanos no Brasil: fato ou ficção? **RAE eletrônica,** v. 3, n. 2, p. 1-8, 2004.
39	BARBOSA, A. C. Q. Relações de trabalho e recursos humanos: em busca de identidade. **RAE,** v. 45, Edição especial Minas Gerais, p. 121-126, 2005.
40	BARRETO, L. M. T. S.; SILVA, M. P.; FISCHER, A. L.; ALBUQUERQUE, L. G.; AMORIM, W. A. C. Temas emergentes em gestão de pessoas: uma análise da produção acadêmica**. Revista de Administração da UFSM,** v. 4, n. 2, p. 215-232, 2011.
41	BIRON, M; BAMBERGER, P. The impact of structural empowerment on individual well-being and performance: taking agent preferences, self-efficacy and operational constraints into account. **Human Relations,** v. 63, n. 2, p.163-191, 2010.
42	FISCHER, A. L. A constituição do modelo competitivo de gestão de pessoas no Brasil – um estudo sobre as empresas consideradas exemplares. São Paulo, 1998. **Tese** (Doutorado) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo.
43	KANTER, R M. **Quando os gigantes aprendem a dançar**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
44	LORANGE, P. A strategic human resource perspective applied to multinational cooperative ventures. **International Studies of Management & Organization,** v. 26, n. 1, p. 87-103, 2010.
45	MABEY, C. *et al*. Strategic HRM: the theory of practice and the practice of theory. In MABEY, C (Org.) **Strategic human resource management**. London: SAGE, 1998.
46	MASCARENHAS, A. O. **Gestão estratégica de pessoas:** evolução, teoria e crítica. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
47	ULRICH, D. *et al*. **Results-based leadership**. Boston: Harvard Business School Press, 1999.
48	ULRICH, D. **Os campeões de recursos humanos**: inovando para obter os melhores resultados. São Paulo: Futura, 1998.