

ESTRUTURA CURRICULAR – MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO UNIVALI

Disciplinas Obrigatórias	Ementas	CH
Métodos Quantitativos 1	Conceitos Gerais de Análise de Dados. Estatística Descritiva. Inferência Estatística. Comparação de Médias. Análise de Regressão Linear. Análise Fatorial.	30
Métodos Qualitativos 1	Fundamentos da pesquisa qualitativa. Critérios de qualidade na pesquisa qualitativa. Tipologia e estratégias de investigação qualitativa (estudo qualitativo básico, estudos de caso interpretativistas e positivistas). Entrando em campo (entrevistas, grupos focais, observação, observação online, dados secundários ou documentais, uso de imagem e som). Técnicas de tratamento, análise e interpretação de dados (análise de conteúdo, análise temática, uso de software). Triangulação, confidencialidade, confiabilidade e validade dos dados. Apresentação dos Dados. Escrita e publicação da Pesquisa Qualitativa,	30
Teoria das Organizações	Evolução da Teoria sobre Organizações. Visão compreensiva e crítica das diversas abordagens teóricas das organizações. As Organizações como sistemas sociais integrados.	30
Pesquisa em Administração	Ética na Pesquisa. Pesquisa científica e construção do conhecimento em administração. Planejamento da Pesquisa. Especificidades das metodologias qualitativas e quantitativas. Elaboração e avaliação de artigos científicos. Projeto de pesquisa.	30
Fundamentos da Estratégia	Conceito de Estratégia. Contribuições da economia para a pesquisa em estratégia. Objetivos e medidas de performance organizacional (Vantagem Competitiva). Análise industrial e poder de mercado. <i>Resource-Based View</i> . Vantagens baseadas no conhecimento: habilidades, rotinas e capacidades. Economia dos Custos de Transação e Teoria Institucional Econômica. Teoria da Agência. Temas Emergentes em Estratégia.	30
Seminário de Dissertação	Exposição de diretrizes e orientação do professor. Apresentação dos modelos de projetos já elaborados. Apresentação dos projetos de tese ou dissertação a ser realizada pelos pós-graduandos. Depoimentos de um mestre e de um doutor recém-titulados.	30
Disciplinas Obrigatórias de Linha	Ementas	CH
Análise Estratégica (Linha Estratégia nas Organizações)	Cenários Prospectivos. Alinhamento Estratégico. Estratégia como Prática. Sistemas de Medição de Desempenho.	30
Inovação e Competitividade (Linha Gestão, Inovação e Competitividade)	Conceitos e Aplicação de Inovação Organizacional e Competitividade. Modelos de Gestão e Estrutura Organizacional para Estratégia de Inovação e Competitividade. Pensamento Complexo e Criatividade. Gestão de Conhecimento Organizacional. Inovação Frugal. Análise de Patentes como Criação de Conhecimento. Inovação e Competitividade no Novo ambiente de Transformação Digital. Análise de Casos de Sucesso de Inovação e Competitividade.	30
Sustentabilidade & Agendas Globais para o Desenvolvimento Sustentável (Linha Sustentabilidade, Organizações e Sociedade)	Desenvolvimento Sustentável, Sustentabilidade e Agendas Globais. Abordagens Teóricas no campo da Administração e as Agendas Globais de Desenvolvimento Sustentável. Práticas Globais com Impacto nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).	30
Disciplinas Eletivas	Ementas	CH
Empreendedorismo	Abordagens de empreendedorismo e inovação. Empreendedorismo independente e Empreendedorismo corporativo (Intraempreendedorismo). Abordagens de exploração de oportunidades.	30
Comportamento do Consumidor	Fundamentos do estudo sobre o consumidor. Diferenças individuais. Processos psicológicos. Variáveis sociais no estudo sobre o consumidor. O processo de decisão de compra. Métodos e técnicas de escopo qualitativo	30

	e quantitativo no estudo do comportamento do consumidor. Estudos clássicos e contemporâneos internacionais e nacionais sobre o comportamento do consumidor. Aplicações e tendências do comportamento do consumidor em pesquisa acadêmicas e contribuições para as organizações. Responsabilidade e ética no estudo sobre o consumidor.	
Estratégia de Internacionalização: Teoria e Prática	Internacionalização: evolução histórica. Perspectivas teóricas de internacionalização. Teorias gerenciais (Estratégicas) de Gestão Internacional. Modo de Entrada no Exterior. A Cultura Nacional, Estratégia e Gestão das Organizações. Pesquisa Intercultural (Cross Cultural) em Gestão Internacional. Planejamento de Negócios Internacionais. Práticas Organizacionais.	30
Estratégias de Não Mercado	Introdução ao conceito de Estratégia de Não Mercado. Teorias das Estratégias de Não Mercado. Ações de Não Mercado. Atividade Política Corporativa. Atividades Sociais e RSC. Mídia. Filantropia. Temas Emergentes sobre Não Mercado.	30
Liderança: Perspectivas, Estilos e Tendências	Conceito de líder e liderança. Abordagens clássicas e contemporâneas de liderança. Estilos de liderança. Relação entre liderança e motivação.	30
Marketing e Inteligência de Mercado	Teorias em Marketing. Inteligência de mercado e <i>Data Science</i> . Ferramentas de Inteligência de Mercado. Pesquisa em Marketing.	30
Cases Empresariais: Análise, Discussão e Produção	O Método do caso. Análise e discussão de casos. Produção de novos casos: Técnicas para preparação de casos empresariais. Orientação para preparação de casos empresariais. Análise e discussão dos casos produzidos.	30
Métodos Qualitativos 2	Motivações para a pesquisa qualitativa; O tema de pesquisa e o método; a pergunta de pesquisa e a metodologia qualitativa; Justificando a pesquisa qualitativa e adequando os autores; Estratégias da pesquisa qualitativa; Coleta de dados, inovação e contextualização; Codificando e analisando os dados em pesquisa qualitativa; Os Estudos de Caso; Resultados em pesquisa qualitativa, Replicabilidade da pesquisa qualitativa.	30
Tópicos Especiais	Esta disciplina será constituída de palestras a serem realizadas por profissionais de reconhecida competência nacional ou internacional, sobre temas clássicos e contemporâneos da ciência administrativa, que estejam sendo debatidos na comunidade acadêmica, nas organizações ou na sociedade, relacionados às linhas de pesquisa.	A definir