



# MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

Detalhamento do Programa  
2015

## SUMÁRIO

1. Introdução.....	3
2. Missão .....	3
3. Áreas de Concentração .....	3
4. Estrutura do Curso.....	4
5. Disciplinas Oferecidas.....	5
6. Ementa das Disciplinas.....	6
6.1.Área de Estratégia .....	6
6.2.Área de Finanças.....	6
6.3.Área de Marketing.....	7
6.4.Área de Organizações .....	8
6.5.Disciplinas Instrumentais.....	9
7. Plano de Trabalho do Aluno.....	10
8. Processo Seletivo .....	10
8.1.Horário das Aulas.....	10
8.2.Número de Vagas .....	10
8.3.Critérios de Seleção.....	11
8.4.Datas de Inscrição e Seleção.....	11
8.5.Bolsas de Estudo .....	11
8.6.Duração do Programa .....	11
9. LINHAS DE PESQUISA.....	11
9.1.Breve Descrição das Linhas de Pesquisa .....	11
9.2.Alocação de Alunos a Linhas de Pesquisa.....	12
10. Corpo Docente atuante no Mestrado Acadêmico .....	13

## **1. Introdução**

Este documento tem por objetivo descrever o Programa de Mestrado Acadêmico em Administração de Empresas, conduzido pela Escola de Negócios da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), em conformidade com o Regulamento dos Programas de Pós-Graduação da PUC-Rio (disponível em <http://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccpg>).

## **2. Missão**

Criado em 1972, o Programa de Mestrado Acadêmico em Administração de Empresas da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro tem por missão a formação de mestres em Administração de Empresas, que sejam capazes de contribuir para a melhoria das práticas de gestão no país.

Para tal, o Programa se baseia nos seguintes pilares:

- Conhecimento abrangente em Administração, que permita uma visão holística da empresa;
- Forte base de conteúdo na área de especialização desejada;
- Ênfase na filiação dos alunos a Núcleos e Linhas de Pesquisa do Departamento de Administração, de modo a possibilitar seu engajamento, desde o início do programa, em pesquisas dentro de sua área de especialização;
- Ênfase na produção científica e técnica dos alunos no decorrer do curso.

## **3. Áreas de Concentração**

O Programa de Mestrado Acadêmico tem quatro áreas de concentração: Estratégia, Finanças, Marketing e Organizações.

O aluno deverá fazer opção por uma área de concentração no ato de inscrição no processo seletivo. Mudanças de área só poderão ser realizadas em casos excepcionais, mediante justificativa fundamentada apresentada à Coordenação do Programa e com a autorização da área em que o aluno ingressou e da área para a qual deseja transferir-se. Só serão aceitas mudanças de área até o início do segundo semestre acadêmico.

#### 4. Estrutura do Curso

O número mínimo total de créditos do Programa de Mestrado Acadêmico é 33, assim distribuídos:

<b>Tipo de Disciplinas</b>	<b>Nº de Disciplinas</b>	<b>Nº de Créditos</b>
Nivelamento	03	0
Obrigatórias	07	21
Eletivas da área de concentração	03	09
Eletivas livres	01	03
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>33</b>

As disciplinas deverão ser cursadas da seguinte forma:

- 12 créditos no primeiro semestre acadêmico, cobrindo quatro disciplinas obrigatórias, sendo uma de cada área de concentração.
- Mínimo de 9 e máximo de 12 créditos no segundo semestre acadêmico, correspondendo a três ou quatro disciplinas, sendo uma delas obrigatoriamente Econometria Financeira (para alunos da área de Finanças) ou Modelagem Quantitativa (para alunos das demais áreas), e outra Metodologia de Pesquisa. As eletivas deverão ser da área do aluno.
- Mínimo de 9 e máximo de 12 créditos no terceiro semestre acadêmico, correspondendo a três ou quatro disciplinas, sendo uma disciplina obrigatória (Seminário de Pesquisa) e demais eletivas.
- O quarto semestre acadêmico deverá ser dedicado à elaboração da dissertação de mestrado.

O quadro seguinte resume a distribuição de disciplinas por período acadêmico:

<b>Tipo</b>	<b>1º. Semestre</b>	<b>2º. Semestre</b>	<b>3º. Semestre</b>
Obrigatórias	4	Metodologia de Pesquisa; Econometria Financeira ou Modelagem Quantitativa	Seminário de Pesquisa
Eletivas da área	-	1 ou 2	1 ou 2
Eletivas livres	-	-	1
Total de disciplinas	4	3 ou 4	3 ou 4
Total de créditos	12	9 a 12	9 a 12

## 5. Disciplinas Oferecidas

Tipo	Área	Código	Nome da Disciplina	Cr.	
Nivelamento	Organização	ADM 2556	Teoria Geral de Administração	0	
	Finanças	ADM 2656	Introdução à Contabilidade	0	
	Instrumental	ADM 2957	Fundamentos de Estatística	0	
Obrigatórias para todas as áreas de concentração	Estratégia	ADM 2567	Estratégia de Empresas	3	
	Finanças	ADM 2654	Princípios de Finanças	3	
	Marketing	ADM 2754	Gestão de Marketing	3	
	Organizações	ADM 2566	Teoria das Organizações	3	
	Instrumental		ADM 2958	Metodologia de Pesquisa	3
			ADM 2954	Econometria Financeira ⇒ Apenas Finanças	3
			ADM 2953	Modelagem Quantitativa ⇒ apenas Estratégia, Marketing, Organizações	3
			ADM 2961 a ADM 2969	Seminário de Pesquisa da Área	3
Eletivas das áreas	Estratégia	ADM 2461	Negócios Internacionais	3	
		ADM 2462	Sustentabilidade e Responsabilidade Social Corporativa	3	
		ADM 2465 a ADM 2469	Tópicos Especiais em Estratégia <ul style="list-style-type: none"> <li>Gestão da Inovação</li> <li>Estratégia de Empresas Avançada</li> <li>Estratégias Colaborativas</li> </ul>	3	
	Finanças	ADM 2661	Avaliação e Financiamento de Projetos	3	
		ADM 2668	Derivativos Financeiros	3	
		ADM 2670 a ADM 2679	Tópicos Especiais em Finanças <ul style="list-style-type: none"> <li>Governança Corporativa</li> <li>Mercados de Renda Fixa</li> </ul>	3	
	Marketing	ADM 2765	Comportamento do Consumidor	3	
		ADM 2766	Pesquisa de Marketing	3	
		ADM 2767	Marketing Digital e de Inovações	3	
		ADM 2770 a ADM 2779	Tópicos Especiais em Marketing <ul style="list-style-type: none"> <li>Cultura, Consumo e Significação</li> <li>Consumidor emergente</li> <li>Marketing de Relacionamento</li> </ul>	3	
	Organizações	ADM 2560	Cultura e Poder nas Organizações	3	
		ADM 2568	Comportamento Organizacional	3	
		ADM 2569	Conhecimento e Aprendizado nas Organizações	3	
		ADM 2580	Comunicação e mudança organizacional	3	
		ADM 2570 a ADM 2579	Tópicos Especiais em Organização <ul style="list-style-type: none"> <li>Relações de Trabalho</li> <li>Liderança nas Organizações</li> <li>Sociologia e Estudos Organizacionais</li> </ul>	3	
	Instrumentais Eletivas		ADM 2663	Contabilidade para Decisões Gerenciais	3
			ADM 2955	Análise Multivariada	3
	Dissertação		ADM 3000	Dissertação de Mestrado	0

## **6. Ementa das Disciplinas**

### **6.1. Área de Estratégia**

#### ADM 2567 - Estratégia de Empresas (3 créditos)

A lógica da análise estratégica compreendendo definições, desempenho e vantagem competitiva, análise de ameaças/oportunidades e avaliação de pontos fortes/fracos das empresas na ótica da RBV (Resource-Based View). Estratégias de negócios, incluindo liderança de custo, diferenciação de produtos, tipologias de estratégias, benchmarking estratégico, análise de opções reais sob risco e incerteza e conluios tácitos. Estratégias corporativas, com destaque para alianças estratégicas, integração vertical, diversificação e fusões/aquisições.

#### ADM 2461 – Negócios Internacionais (3 créditos)

Teorias e modelos em negócios internacionais. Cultura e negócios internacionais. Processo de internacionalização. Modos de entrada e operação. Redes. Internacionalização de serviços. Impactos da internacionalização sobre o desempenho das empresas. Internacionalização de empresas de países emergentes. Questões metodológicas para a realização de pesquisas em negócios internacionais.

#### ADM 2462 – Sustentabilidade e Responsabilidade Social Corporativa (3 créditos)

A crise socioambiental e seus desdobramentos: impactos socioambientais locais e globais decorrentes da ação humana, conceitos de desenvolvimento sustentável, sustentabilidade corporativa, economia verde. Responsabilidade e gestão ambiental: legislação, licenciamento ambiental, estratégias de mitigação e adaptação às mudanças climáticas, ecoeficiência. Sistemas de gestão ambiental: ecoempreendedorismo e empreendedorismo sustentável. Responsabilidade Social Corporativa (RSC): modelos básicos, ética corporativa, RSC e governança corporativa.

### **6.2. Área de Finanças**

#### ADM 2656 – Introdução à Contabilidade (0 crédito)

Utilização da Contabilidade no ambiente empresarial como instrumento essencial para todas as decisões econômicas. As quatro demonstrações financeiras básicas. Depreciação e fluxo de caixa. Análise dos efeitos patrimoniais das operações econômicas.

#### ADM 2654 - Princípios de Finanças (3 créditos)

Objetivos na tomada de decisões financeiras. Risco, retorno e valor. A administração de ativo e passivo. Análise e planejamento financeiro. Orçamento de capital. Decisões de dividendos e estrutura de capital.

#### ADM 2661 - Avaliação e Financiamento de Projetos (3 créditos)

Princípios e práticas da avaliação de projetos de investimento e aquisição de empresas. Alternativas para seu financiamento, com ênfase nas inovações das técnicas financeiras, tais como fusões e venture capital.

#### ADM 2668 – Derivativos Financeiros (3 créditos)

Mercados futuros, a termo e de opções. Determinação de preços destes contratos. Estratégias de Hedge. Swaps. Apreçamento de opções. Modelos binomiais. Opções de taxas de juros. Derivativos de Crédito. Utilização de Derivativos por Empresas.

#### ADM 2954 – Econometria Financeira (3 créditos)

Modelo de regressão linear clássico. Desenvolvimentos avançados do modelo de regressão linear clássico. Premissas e testes de diagnóstico do modelo de regressão linear clássico. Modelagem e previsão de séries temporais univariadas. Modelos multivariados. Equações simultâneas e modelos VAR. Modelagem de relações de longo prazo: raiz unitária, cointegração e modelos VEC. Modelagem da volatilidade: modelos GARCH univariados e multivariados. Modelos de variáveis dependentes binárias. Análise de dados em painel: efeitos fixos, efeitos aleatórios, testes e diagnósticos.

#### ADM 2670 a 2679 – Tópicos Especiais (3 créditos)

Conteúdo Variável:

- Governança Corporativa
- Mercados de Renda Fixa

### **6.3. Área de Marketing**

#### ADM 2754 - Gestão de Marketing (3 créditos)

Natureza e objetivos de marketing. A integração e inter-relação com as outras funções organizacionais. Ética e responsabilidade social. Mercados e estratégias de marketing. Comportamento do consumidor e comprador organizacional. Pesquisa de marketing e segmentação de mercado. planejamento e desenvolvimento do composto de marketing – produto, preço, distribuição e comunicação integrada de marketing.

#### ADM 2765 - Comportamento do Consumidor (3 créditos)

Determinantes básicos do comportamento do consumidor. Desenvolvimento das percepções, atitudes e comportamento. Necessidades e características psicográficas. Influências do ambiente: cultura e grupos sociais. Modelagem do comportamento do consumidor e do comprador industrial.

#### ADM 2766 - Pesquisa de Marketing (3 créditos)

Visão contemporânea da pesquisa nas decisões estratégicas de marketing. Principais métodos – qualitativos e quantitativos – em marketing. Concepção e execução de pesquisas em marketing. Mensuração, escalas e instrumentos. Qualidade das medidas. Análise e

interpretação. Relatórios e apresentação dos resultados.

#### ADM 2767 - Marketing Digital e Inovações (3 créditos)

Elementos da Difusão de Inovações, Geração de Inovações, Processo de Decisão de Adoção de Inovações, Atributos de Inovações e Taxa de Adoção, Categorias de Adotantes, Redes de Difusão. Marketing na Internet, Website Marketing, Marketing de Ferramenta de Busca, Propaganda Online, Email Marketing, Blog Marketing, Marketing de Mídias Sociais, Marketing Multimídia, Marketing em Plataformas Móveis.

#### ADM 2770 a 2779 - Tópicos Especiais (3 créditos)

Conteúdo Variável:

- Cultura, Consumo e Significação
- Consumidor Emergente
- Marketing de Relacionamento

### **6.4. Área de Organizações**

#### ADM 2556 - Teoria Geral de Administração (0 créditos)

Conceitos básicos. Teorias administrativas: Administração científica, movimento de relações humanas, behaviorismo, estruturalismo. Teoria dos sistemas e escola sistêmica. Utilização dos conceitos na prática administrativa.

#### ADM 2560 - Cultura e Poder nas Organizações (3 créditos)

Diferença entre clima e cultura organizacional. Definições e características da cultura organizacional. Modelos mentais e imaginário coletivo. A relação cultura e estratégia. Cultura e ciclo de vida organizacional. Manifestações culturais: sagas, símbolos, linguagem, mitos e lendas. A questão do gerenciamento da cultura organizacional. Cultura e liderança. O papel dos valores nas atitudes, práticas e comportamentos. Importância do alinhamento cultural. Tipologias culturais. Práticas gerenciais para mudança cultural.

#### ADM 2566 - Teoria das Organizações (3 créditos)

O desenvolvimento da teoria gerencial. Teorias gerenciais contemporâneas. Teoria do Estabelecimento de Objetivos. Teoria das Características do Trabalho. Teoria das Expectativas. Teoria do Comprometimento Organizacional. Teoria do Contrato Psicológico. Teoria da Equidade. Teoria de Valores. Teoria da Ação. Gestão do Conhecimento. Teoria da Contingência. Teoria Institucional.

#### ADM 2568 - Comportamento Organizacional (3 créditos)

Personalidade, valores e atitudes. Satisfação e motivação no trabalho. Percepção, tomada de decisão e criatividade. Dinâmica de grupos e entre grupos. Formação de equipes. Comunicação organizacional e interpessoal. Liderança. Poder e política. O conflito e o stress no trabalho. Mudança e aprendizagem organizacional. Cultura organizacional. Políticas e práticas de recursos humanos em contextos de diversidade.

### ADM 2569 - Conhecimento e Aprendizado nas Organizações (3 créditos)

Expressões do conhecimento humano: razão instrumental e substantiva, emoção e intuição. Taxonomia de conhecimentos. Aspectos éticos, políticos e ideológicos do conhecimento sobre as organizações. Cognitivismo gerencial e organizacional. Aprendizado organizacional e organização de aprendizagem. Gestão do conhecimento e conhecimento organizacional. Gestão e formação de competências.

### ADM 2580 - Comunicação e Discurso Organizacional (3 créditos)

Diferentes abordagens sobre comunicação organizacional. Comunicação e organizações no Brasil. Comunicação organizacional, estratégia e poder. Comunicação, ideologia e construção de significado. Abordagens construtivistas sobre a construção da realidade organizacional. Comunicação como constitutiva da organização. Comunicação e discursos organizacionais.

### ADM 2570 a 2579 - Tópicos Especiais (3 créditos)

Conteúdo Variável:

- Relações de Trabalho
- Liderança nas Organizações
- Sociologia e Estudos Organizacionais

## **6.5. Disciplinas Instrumentais**

### ADM 2957 – Fundamentos de Estatística (0 crédito)

Conceitos básicos, métodos gráficos e numéricos para descrição de dados, cálculo de probabilidades, variáveis aleatórias discretas e variáveis aleatórias contínuas.

### ADM 2953 – Modelagem Quantitativa (3 créditos)

Amostragem (métodos e distribuições), estimadores, intervalos de confiança, testes de hipóteses, regressão linear simples e múltipla, análise de variância, séries temporais, análise de dados categóricos e estatística não paramétrica.

### ADM 2955 – Análise Multivariada (3 créditos)

Preparação de dados, análise de fator, regressão múltipla, análise discriminante, regressão logística, análise multivariada da variância, análise conjunta, análise de cluster, escalonamento multidimensional, análise de correspondência e modelagem por equações estruturais.

### ADM 2958 – Metodologia de Pesquisa (3 créditos)

Principais metodologias de pesquisa e suas premissas epistemológicas. Problema e processo de pesquisa. A escolha da metodologia adequada à pesquisa: positivista ou fenomenológica, empírica ou teórica. Pesquisas secundárias (bibliográfica, documental, telematizada),

pesquisas de campo (surveys, estudos de caso, pesquisa-ação, observação participante, pesquisa aplicada, pesquisa experimental). Desenvolvimento de referencial teórico (variáveis, construtos, premissas, hipóteses, proposições e suposições). Coleta, tratamento e análise de dados, métodos quantitativos e qualitativos. Construção do projeto de pesquisa.

#### ADM 2663 - Contabilidade para Decisões Gerenciais (3 créditos)

Orçamentos e controle. Custos. Demonstrativos financeiros e inflação. Análise de demonstrativos financeiros para decisões de crédito, investimento ou avaliação de desempenho. Sistema de informação gerencial e contabilidade. Fundamentos da contabilidade gerencial.

## **7. Plano de Trabalho do Aluno**

O aluno deverá ter seu plano de trabalho para cada semestre aprovado pelo orientador, ou, em sua falta, pelo coordenador de sua área de concentração, antes de proceder à matrícula nas disciplinas a cada semestre.

O Plano de Trabalho deverá utilizar formulário próprio e conter a assinatura do aluno e do orientador/coordenador de área.

Disciplinas cursadas pelo aluno que não tenham sido aprovadas em seu Plano de Trabalho não serão utilizadas para contagem dos créditos.

Os alunos poderão solicitar matrícula em disciplinas do Doutorado no segundo e terceiro semestre acadêmicos, com a aprovação do Orientador, ou, em sua falta, do Coordenador da Área. As solicitações serão examinadas caso a caso pela Coordenação de Pós-Graduação.

## **8. Processo Seletivo**

### **8.1. Horário das Aulas**

O Curso de Mestrado Acadêmico em Administração de Empresas da PUC-Rio é oferecido no horário diurno. As aulas são ministradas quatro vezes por semana, de 13h às 19horas.

### **8.2. Número de Vagas**

O Curso de Mestrado Acadêmico em Administração de Empresas da PUC-Rio selecionará, anualmente, um máximo de 30 (trinta) alunos.

São aceitos alunos em Dedicação Integral e Parcial, havendo preferência, porém, no processo seletivo, para aqueles que se comprometerem a cursar em Dedicação Integral.

### **8.3. Critérios de Seleção**

O candidato ao Mestrado Acadêmico deve satisfazer às seguintes exigências prévias:

- Ter graduação em qualquer área do saber;
- Ter realizado o GMAT ou o Teste ANPAD;

Para o processo de seleção, deverá apresentar os seguintes documentos:

- Currículo em formato livre;
- Histórico Escolar de Graduação;
- Resultado do GMAT ou do Teste ANPAD.

No ato de inscrição, o aluno deverá informar a área de concentração desejada.

À satisfação dessas exigências, seguir-se-á sua análise, entrevista e outros procedimentos que possam ser considerados necessários pelo Departamento de Administração da PUC-Rio.

### **8.4. Datas de Inscrição e Seleção**

As inscrições para o Mestrado Acadêmico serão recebidas entre os dias 01 de julho e 31 de outubro de cada ano, devendo todo o processo seletivo estar concluído até o final de dezembro, sempre no ano anterior ao início do curso.

### **8.5. Bolsas de Estudo**

Os alunos que cursarem o programa em Dedicação Integral receberão bolsa de isenção de mensalidade e poderão se candidatar a bolsas de manutenção de órgãos de fomento.

A alocação de bolsas, no início e no decorrer do curso, é feita pela Comissão de Bolsas levando em conta a disponibilidade de bolsas, a ordem de prioridade estabelecida no processo seletivo e o desempenho acadêmico ao longo do curso.

### **8.6. Duração do Programa**

O Programa de Mestrado Acadêmico deverá ser realizado no prazo de 24 meses contados a partir da primeira matrícula do aluno.

## **9. LINHAS DE PESQUISA**

### **9.1. Breve Descrição das Linhas de Pesquisa**

#### Linha de Pesquisa em Tomada de Decisões Financeiras em Ambiente de Risco e Incerteza

Contempla a modelagem financeira com base na quantificação do impacto das incertezas, focando na análise de risco sob a ótica da Teoria das Opções Reais e Derivativos, e também da área de Economia e Finanças da Energia, com ênfase na tomada de decisões em projetos de Infraestrutura. Os projetos de Econometria Financeira, Valuation e Governança Corporativa

completam a base para o desenvolvimento e o aprimoramento de modelos, juntamente com a Teoria das Finanças Comportamentais que incorpora aos modelos a irracionalidade dos agentes financeiros.

#### Linha de Pesquisa em Impacto de Mudanças nas Estratégias de Marketing

Inclui as pesquisas e projetos relativos a comportamento do consumidor, relações de consumo, marketing de serviços, marketing internacional, marketing online, comunicação e semiótica, entre outros.

#### Linha de Pesquisa em Planejamento, Estratégia e Desempenho

Inclui (a) estudos e projetos envolvendo estratégia corporativa, estratégias competitivas e colaborativas, modelagem e mensuração do desempenho organizacional, planejamento estratégico e governança estratégica, entre outros, e (b) pesquisas sobre empresas multinacionais brasileiras, estratégias de internacionalização, internacionalização de clusters empresariais, desempenho de empresas internacionalizadas, born globals e empreendedorismo internacional, efeitos made in, entre outros.

#### Linha de Pesquisa em Estudos Organizacionais e Relações de Trabalho em Ambiente de Mudança

Abrange as pesquisas em organizações: teorias, modelos de gestão, estruturas e processos; comportamento organizacional: valores, identidade, cultura, poder, comprometimento, liderança, negociação, mudança, aprendizado e gestão do conhecimento; sentido e relações de trabalho; gestão de pessoas, competências, empregabilidade e carreira; e estudos organizacionais: perspectivas críticas sobre as organizações; comunicação e discursos organizacionais; história, memória e organizações.

## **9.2. Alocação de Alunos a Linhas de Pesquisa**

Todo aluno de mestrado acadêmico deverá estar alocado a uma Linha de Pesquisa e ter um professor orientador de dissertação até o início do segundo semestre do curso. Os coordenadores das áreas de concentração informarão à Secretaria de Pós-Graduação a Linha de Pesquisa e o nome do orientador dos alunos de sua área. Embora os interesses dos alunos sejam levados em conta, a alocação de orientadores é feita em conformidade com os interesses do Programa e as regras estabelecidas pela Capes.

## 10. Corpo Docente atuante no Mestrado Acadêmico

### Alessandra de Sá Mello da Costa

Doutora pela Fundação Getúlio Vargas

Interesses de Pesquisa:

- Comunicação, discursos organizacionais e práticas de gestão. Poder e política. Diversidade e construção de identidades
- História, memória e organizações. História e memória empresarial Pensamento social brasileiro e organizações. Estudos sobre elites empresariais no Brasil
- Teorias organizacionais: perspectivas reflexivas sobre as organizações e a dinâmica; organizacional; novas epistemologias e perspectivas críticas para compreensão das organizações

[alessandra.costa@iag.puc-rio.br](mailto:alessandra.costa@iag.puc-rio.br)

### Ana Heloisa da Costa Lemos

Doutora pelo Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro

Interesses de Pesquisa:

- Relações de trabalho contemporâneas e seus impactos na intensificação e precarização do trabalho; no sentido atribuído ao trabalho; nas carreiras e no conflito trabalho-família
- Estudos de Carreiras: carreira e diversidade; carreira e família; carreira e identidade; carreira e centralidade do trabalho; carreiras marginalizadas; carreiras tardias; carreiras e estudos organizacionais; carreiras e condicionantes sociais; novas carreiras

[aheloisa.costa@iag.puc-rio.br](mailto:aheloisa.costa@iag.puc-rio.br)

### Angela da Rocha

Doutora pela IESE Business School

Interesses de Pesquisa:

- Internacionalização de empresas brasileiras
- Marketing para consumidores de baixa renda

[angelarocha@iag.puc-rio.br](mailto:angelarocha@iag.puc-rio.br)

### Antonio Carlos Figueiredo Pinto

Doutor pela Fundação Getúlio Vargas

Interesses de Pesquisa:

- Derivativos
- Mercados financeiros e investimentos
- Administração de Carteiras

[figueiredo@iag.puc-rio.br](mailto:figueiredo@iag.puc-rio.br)

### Fabio de Oliveira Paula

Doutor pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Interesses de Pesquisa:

- Gestão de tecnologia e inovação
- Estratégias competitivas e colaborativas
- Desempenho de Empresas

[fabioop@iag.puc-rio.br](mailto:fabioop@iag.puc-rio.br)

### **Flávia de Souza Costa Neves Cavazotte**

Doutora pela Virginia Commonwealth University

#### Interesses de Pesquisa:

- Liderança nas organizações
- Diversidade - cultural, de gênero e geracional
- Qualidade de vida no trabalho: stress, burnout
- Implicações de novas tecnologias sobre as relações de trabalho e o bem estar no trabalho

[flavia.cavazotte@iag.puc-rio.br](mailto:flavia.cavazotte@iag.puc-rio.br)

### **Henrique Castro Martins**

Doutor pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul

#### Interesses de Pesquisa:

- Governança Corporativa
- Finanças Corporativas
- Políticas Financeiras
- Mercados de Capitais

[hcm@iag.puc-rio.br](mailto:hcm@iag.puc-rio.br)

### **Jorge Brantes Ferreira**

Doutor pela Universidade Federal do Rio de Janeiro

#### Interesses de Pesquisa:

- Comportamento do consumidor e difusão de inovações
- Customer relationship management (CRM)
- Marketing na Internet e em novas mídias

[jorge.brantes@iag.puc-rio.br](mailto:jorge.brantes@iag.puc-rio.br)

### **Jorge Ferreira da Silva**

Doutor pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

#### Interesses de Pesquisa:

- Estratégias competitivas, colaborativas, coalinhamento, ambiente e desempenho
- Engenharia de marketing

[shopshop@iag.puc-rio.br](mailto:shopshop@iag.puc-rio.br)

### **Leonardo Lima Gomes**

Doutor pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

#### Interesses de Pesquisa:

- Finanças de Criptomoedas
- Finanças da energia
- Opções reais
- Blockchain Economics

[leonardolima@iag.puc-rio.br](mailto:leonardolima@iag.puc-rio.br)

### **Luis Alexandre Grubits de Paula Pessoa**

Doutor pela Universidade Presbiteriana Mackenzie

#### Interesses de Pesquisa:

- Comportamento do consumidor
- Comunicação integrada de marketing
- Análise dos discursos corporativo, publicitário e do consumidor
- Cultura, consumo e significação

[lpessoa@iag.puc-rio.br](mailto:lpessoa@iag.puc-rio.br)

### **Luis Fernando Hor-Meyll Alvares**

Doutor pela Universidade Federal do Rio de Janeiro

#### Interesses de Pesquisa:

- Comportamento do consumidor online
- Consumidores de baixa renda

[hormeyll@iag.puc-rio.br](mailto:hormeyll@iag.puc-rio.br)

### **Luiz Eduardo Teixeira Brandão**

Doutor pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

#### Interesses de Pesquisa:

- Valuation e análise de risco
- Decisão de investimento com incerteza e flexibilidade gerencial
- Avaliação de projetos de infraestrutura

[brandao@iag.puc-rio.br](mailto:brandao@iag.puc-rio.br)

### **Marcelo Cabús Klötzle**

Doutor pela Universidade Católica de Eichstatt

#### Interesses de Pesquisa:

- Finanças comportamentais
- Econometria financeira
- Finanças internacionais
- Administração de carteiras

[klotzle@iag.puc-rio.br](mailto:klotzle@iag.puc-rio.br)

### **Marcus Wilcox Hemais**

Doutor pela Universidade Federal do Rio de Janeiro

#### Interesses de Pesquisa:

- Teorizações sobre a Base da Pirâmide
- Comportamento de consumidores de baixa renda
- Reclamações fraudulentas de consumidores
- Consumerismo/proteção do consumidor
- Pós-colonialismo

[marcus.hemais@iag.puc-rio.br](mailto:marcus.hemais@iag.puc-rio.br)

### **Patrícia Amélia Tomei**

Doutora pela Universidade de São Paulo

#### Interesses de Pesquisa:

- Cultura organizacional e o papel dos valores nas práticas e comportamentos
- Dimensões esquecidas das organizações: o medo de errar, a inveja, a confiança
- Resiliência individual e organizacional
- Comportamento organizacional

[patomei@iag.puc-rio.br](mailto:patomei@iag.puc-rio.br)

### **Renata Peregrino de Brito**

Doutora pela Fundação Getulio Vargas

#### Interesses de Pesquisa:

- Estratégias de adaptação em ambientes dinâmicos e desenvolvimento de capacidades
- Adaptação a mudanças climáticas e variáveis da percepção de risco e respostas estratégicas
- Criação e apropriação de valor, colaboração e competitividade na interface entre empresas e na relação com stakeholders

[renata.brito@iag.puc-rio.br](mailto:renata.brito@iag.puc-rio.br)

### **Sandra Regina da Rocha Pinto**

Doutora pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

#### Interesses de Pesquisa:

- Gestão de competências e do conhecimento organizacional; aprendizagem organizacional
- Fatores intervenientes em estruturas e processos organizacionais;
- Formação de competências coletivas em rotinas organizacionais;
- Mudança e inovação nas organizações

[sanpin@iag.puc-rio.br](mailto:sanpin@iag.puc-rio.br)