



MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

Detalhamento do Programa
Setembro de 2019

Sumário

1. Introdução.....	3
2. Características	3
3. Objetivo.....	3
3.1.Objetivos Específicos	4
3.2.Perfil do Egresso.....	4
4. Áreas de Concentração	5
5. Estrutura do Curso	5
6. Disciplinas Oferecidas.....	7
6.1.Núcleo Comum	8
6.2.Núcleo Instrumental	9
6.3.Núcleo de Aplicação	10
6.3.1.Área de Estratégia	10
6.3.2.Área de Finanças.....	10
6.3.3.Área de Marketing	11
6.3.4.Área de Organizações	12
6.4.Dissertação	13
7. Processo Seletivo	14
7.1.Regime de Dedicção.....	14
7.2.Documentos para Inscrição.....	14
7.3.Datas de Inscrição e Seleção.....	14
7.4.Fases do Processo Seletivo	14
7.5.Requisitos para Obtenção do Título de Mestre	14
8. Linhas De Pesquisa	15
8.1.Descrição das Linhas de Pesquisa	15
8.2.Núcleos de Pesquisa	15
8.3.Alocação de Alunos a Linhas de Pesquisa.....	17
9. Corpo Docente Atuante No Mestrado Profissional	18

1. Introdução

Este documento tem por objetivo descrever o Curso de Mestrado Profissional 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/regras/>).

2. Características

O Curso de Mestrado Profissional em Administração de Empresas teve o seu início em 2001, sendo as primeiras dissertações defendidas em 2003. O Curso de Mestrado Profissional possui as seguintes características:

- Ter como principal público-alvo analistas, gerentes, executivos e outros profissionais da área de Administração que atuam ou pretendam atuar em organizações privadas, públicas ou do Terceiro Setor;
- Enfatizar a aplicação prática de conceitos e teorias do campo da Administração, assim como de campos correlatos;
- Utilizar preferencialmente materiais de apoio voltados para a aplicação prática, sem prejuízo da qualidade teórica;
- Utilizar métodos ativos de ensino que engajem os alunos no processo de aprendizagem, simulando situações de negócios, de modo a propiciar o confronto de ideias e pontos de vista entre os participantes;
- Possuir membros do corpo docente que unam uma sólida formação e competência teórica a uma extensa experiência prática.

3. Objetivo

O Curso de Mestrado Profissional em Administração de Empresas tem por objetivo geral a formação de executivos preparados para a tomada de decisões complexas, éticas e inovadoras em organizações dinâmicas, promovendo impacto social em um mundo interconectado e globalizado.

Para tal, o Programa se baseia nos seguintes pilares:

- Conhecimento abrangente em Administração, que permita uma visão holística da organização.
- Efetiva integração entre teoria e prática, estimulando a troca de experiências entre alunos, enriquecendo o aprendizado pela contínua contraposição dos modelos teóricos à realidade do ambiente de negócios.

- Uso de instrumentos de análise adequados ao contexto socioeconômico e organizacional brasileiro e internacional.

3.1. Objetivos Específicos

O objetivo geral envolve os seguintes objetivos específicos:

1. Preparar os alunos para a tomada de decisões eficazes e eficientes em um ambiente de incerteza e de permanente mudança. Tal preparação envolve desenvolver a capacidade de analisar o ambiente externo, tanto nacional, quanto internacional, de modo a estar preparado para reagir diante de mudanças que afetem a realidade dos negócios em que se encontra inserido de forma a minimizar problemas e aproveitar oportunidades. Para tal, proporcionam-se instrumentos de análise adequados ao contexto socioeconômico brasileiro e internacional.
2. Desenvolver uma visão holística da organização, como organismo complexo e multifacetado. Tal objetivo é atingido por meio de conhecimento abrangente em Administração, de modo a compreender as interconexões entre as várias funções e unidades organizacionais, permitindo avaliar o impacto das decisões em outras unidades da empresa e no mercado.
3. Proporcionar uma efetiva integração entre teoria e prática. Para atingir este objetivo, é necessário estimular a troca de experiências entre alunos, enriquecendo o aprendizado pela contínua contraposição dos modelos teóricos à realidade do ambiente de negócios. Isto também é alcançado pelo fato de se contar, no Programa de Mestrado Profissional, com grande número de professores que aliam sólida formação acadêmica à vivência prática em organizações.
4. Desenvolver competências de networking, liderança e trabalho em equipe. Em um mundo interconectado, é fundamental que os alunos adquiram competências de relacionamento e de capacidade de trabalhar em equipes, inclusive virtuais. Neste aspecto, é importante desenvolver também capacidades de liderança, já que essas se completam à capacidade de trabalhar em rede.
5. Conscientizar para as questões éticas e sociais envolvidas no ambiente de negócios. De forma consistente com a missão da PUC-Rio, busca-se ainda reforçar a preocupação com considerações éticas, sociais e ambientais que perpassam toda a vivência em organizações públicas e privadas.

3.2. Perfil do Egresso

Os egressos do Programa de Mestrado Profissional apresentam dois perfis distintos, em função de sua maturidade e experiência profissional:

1. Profissionais que se encontram em meio de carreira, tendo complementado a experiência prática já adquirida em organizações com uma formação teórica sólida, abrangente e orientada para a aplicação. Encontram-se aptos a ascender a cargos que exijam uma formação generalista, em que terão diversas pessoas sob seu comando, sobre as quais devem exercer liderança, de modo a atingir os objetivos da organização em que trabalham. Também se espera que sejam pautados por elevados princípios éticos e preocupação com a sociedade e com os impactos de suas decisões sobre o meio ambiente.
2. São jovens que aspiram a uma carreira gerencial em organizações, sejam elas públicas, privadas, ou do Terceiro Setor, de pequeno, médio ou grande porte. Dispõem de conhecimentos abrangentes de administração, que lhes podem servir de base não somente para atuar em áreas específicas da administração, mas também para desenvolver atuação mais generalista, que envolva o gerenciamento de unidades organizacionais ou mesmo de pequenas organizações. Apresentam capacidade de liderança e trabalho em equipe, sendo pautados por elevados princípios éticos e preocupação com a sociedade e com os impactos sobre o meio ambiente.

4. Áreas de Concentração

O curso de Mestrado Profissional em Administração de Empresas possui quatro áreas de concentração: Estratégia, Finanças, Marketing e Organizações. São também quatro as linhas de pesquisa do curso de Mestrado Profissional:

- 1) Planejamento, Estratégia e Desempenho;
- 2) Tomada de Decisões Financeiras em Ambiente de Risco e Incerteza;
- 3) Impacto de Mudanças nas Estratégias de Marketing; e
- 4) Estudos Organizacionais e Relações de Trabalho em Ambiente de Mudança.

Excetuadas as disciplinas do Núcleo Comum e as do Núcleo Instrumental, o aluno tem liberdade para formatar seu próprio currículo, dentro do quadro de disciplinas oferecido, escolhendo aquelas mais afins com seus interesses, admitindo-se, portanto, combinação de disciplinas de diferentes áreas.

5. Estrutura do Curso

As disciplinas estão agrupadas em quatro núcleos:

1. Núcleo Comum (NC): elenco de 7 disciplinas obrigatórias que se considera devam ser do domínio de quem pretende administrar uma empresa.
2. Núcleo Instrumental (NI): elenco de 4 disciplinas que servem de suporte a outras. O aluno deve cursar as 2 disciplinas obrigatórias desse Núcleo, podendo ainda escolher

outras duas como eletivas.

3. Núcleo de Aplicação (NA): elenco de disciplinas associadas às áreas de concentração. O aluno deve, obrigatoriamente, cursar 3 disciplinas na sua área de concentração.
4. Eletivas (E): O aluno deverá escolher 3 disciplinas entre as não obrigatórias que podem ser tanto do Núcleo Instrumental quanto do Núcleo de Aplicação.

O número mínimo total de créditos do Curso de Mestrado Profissional em Administração de Empresas é 30, assim distribuídos:

Núcleo	Nº de Disciplinas	Nº de Créditos
Núcleo Comum	7	14
Núcleo Instrumental	2	04
Núcleo de Aplicação	3	06
Eletivas	3	06
Total	15	30

6. Disciplinas Oferecidas

Núcleo	Área	Disciplinas (código e nome)	Nº Cr	Hora Teo.	Hora Lab	Hora Ex
Comum	Obrigatórias a todas as áreas	ADM 2301 - Organizações Contemporâneas	2	2	0	0
		ADM 2302 - Contabilidade Financeira	2	2	0	0
		ADM 2303 - Princípios de Marketing	2	2	0	0
		ADM 2305 - Gestão de Pessoas	2	2	0	0
		ADM 2307 - Gestão de Marketing	2	2	0	0
		ADM 2308 - Finanças Corporativas	2	2	0	0
		ADM 2311 - Estratégias de Empresas	2	2	0	0
Instrumental	Obrigatórias a todas as áreas	ADM 2320 - Metodologia de Pesquisa	2	2	0	0
		ADM 2321 - Inferência Estatística	2	2	0	0
	Eletivas	ADM 2322 - Análise Estatística Multivariada	2	2	0	0
		ADM 2323 - Tópicos Avançados em Inferência Estatística	2	2	0	0
Aplicação	Estratégia	ADM 2310 - Empresa na Economia Global	2	2	0	0
		ADM 2331 - Estratégia Avançada de Empresas	2	2	0	0
		ADM 2332 - Gestão Socioambiental	2	2	0	0
		ADM 2333 – Gestão Estratégica de Operações	2	2	0	0
		ADM 2335 a 2339 - Tópicos Especiais em Estratégia	2	2	0	0
	Finanças	ADM 2341 - Administração de Carteiras	2	2	0	0
		ADM 2343 - Análise de Projetos e Avaliação de Empresas	2	2	0	0
		ADM 2345 - Derivativos	2	2	0	0
		ADM 2355 - Economia Financeira	2	2	0	0
		ADM 2356 – Econometria Financeira	2	2	0	0
		ADM 2350 a 2354 - Tópicos Especiais em Finanças	2	2	0	0
	Marketing	ADM 2360 - Marketing de Serviços	2	2	0	0
		ADM 2362 - Pesquisa de Marketing	2	2	0	0
		ADM 2363 - Políticas de Distribuição	2	2	0	0
		ADM 2364 - Comportamento do Consumidor	2	2	0	0
		ADM 2365 - Marketing de Relacionamento	2	2	0	0
		ADM 2367 a 2371 - Tópicos Especiais em Marketing	2	2	0	0
	Organizações	ADM 2380 - Aprendizado Contínuo nas Organizações	2	2	0	0
		ADM 2381 - Cultura e Poder nas Organizações	2	2	0	0
		ADM 2386 - Visões da Organização	2	2	0	0
		ADM 2393 - Identidade e Mudança Organizacional	2	2	0	0
		ADM 2394 - Liderança	2	2	0	0
ADM 2395 a 2399 - Tópicos Especiais em Organização		2	2	0	0	
Dissertação		ADM 3010 - Dissertação de Mestrado	0	0	0	0

6.1. Núcleo Comum

ADM 2301 - Organizações Contemporâneas

Principais tendências na gestão contemporânea das organizações. Transformações sociais. Impacto social das práticas organizacionais. Conhecimento e Aprendizagem Organizacional. Comunicação, Imagem e Reputação Organizacional. Cultura e Identidade Organizacional. Ética e Assédios nas Organizações. Relações de Trabalho. Liderança. Empreendedorismo e Inovação. Práticas de Sustentabilidade. Estudo de casos e práticas de gestão.

ADM 2302 - Contabilidade Financeira

Princípios fundamentais de contabilidade. Balanço. Variações do patrimônio líquido. Processo contábil. DOAR e fluxo de caixa. Tópicos especiais na determinação das demonstrações financeiras: contas a receber e a pagar, avaliação de estoques, ativo imobilizado, operações financeiras, contas do patrimônio líquido. Efeitos de flutuação de preços sobre os demonstrativos financeiros. Análise dos demonstrativos financeiros.

ADM 2303 - Princípios de Marketing

Papel e impacto do marketing nas organizações e na sociedade. Análise dos mercados consumidores e organizacionais. Planejamento e desenvolvimento das estratégias de marketing. Estilos de vida e comportamento de compra. Aspectos culturais e simbólicos do consumo e seu impacto no processo de gestão de marketing. Decisões de segmentação, escolha de mercados-alvo e posicionamento de marca.

ADM 2305 - Gestão de Pessoas

Satisfação e motivação no trabalho. Conflito e stress no trabalho. Qualidade de vida no trabalho. Formação e gerenciamento de equipes. Liderança. Mudança e aprendizagem individual e organizacional. Cultura organizacional. A gerência do comprometimento no cotidiano das organizações. Inovação e criatividade organizacional. Políticas e práticas de recursos humanos em contextos de diversidade. Gerenciamento em diferentes culturas. Poder e política.

ADM 2307 - Gestão de Marketing

Aplicação dos conceitos de segmentação e posicionamento de mercado. O planejamento e a gerência de produtos. Gerência de serviços. Gerência de canais de distribuição. Considerações mercadológicas sobre a formação de preços. Gerência de comunicação de marketing. Gerência de marketing em contextos de baixa renda. Gerência de marketing em contextos internacionais. Estudos de casos empresariais em marketing.

ADM 2308 - Finanças Corporativas

Ambiente legal e operacional da empresa. Problema do agente. Risco, retorno e valor. Critérios para análise de investimento. Orçamento de capital. *Capital Asset Pricing Model* e *Arbitrage Pricing Theory*. Financiamento de longo prazo. Estrutura de capital e limites de endividamento.

ADM 2311 - Estratégias de Empresas

Processo de gestão estratégica. Avaliação do ambiente externo da empresa. Avaliação das capacidades internas da empresa. Tipologias de estratégias competitivas. Liderança em custo. Diferenciação de produto.

6.2. Núcleo Instrumental

ADM 2320 - Metodologia de Pesquisa

Métodos de desenvolvimento de projetos. A introdução: contexto, objetos, delimitações. A revisão bibliográfica: exaustividade, atualidade e impacto. Modelos conceituais e questões de pesquisa. Metodologia: paradigmas positivista e fenomenológico e estratégias de pesquisa decorrentes

ADM 2321 - Inferência Estatística

Métodos gráficos para descrição de dados. Métodos numéricos para descrição de dados. Probabilidade. Distribuições discretas e contínuas. Amostragem – métodos e distribuições. Estimadores. Intervalos de confiança. Testes de hipótese. Regressão linear simples.

ADM 2322 - Análise Estatística Multivariada

Visão geral de métodos multivariados. Exame dos dados. Análise de fator exploratória. Regressão linear múltipla. Regressão logística. MANOVA. Análise de *cluster*. Modelagem de equações estruturais.

ADM 2323 - Tópicos Avançados em Inferência Estatística

Regressão linear múltipla. ANOVA (Análise da variância). Análise de séries temporais. Análise de dados categóricos. Estatísticas não-paramétricas.

6.3. Núcleo de Aplicação

6.3.1. Área de Estratégia

ADM 2310 - Empresa na Economia Global

Globalização dos mercados e internacionalização das empresas. A influência da cultura nos negócios internacionais. Teorias de internacionalização. Seleção de países e de modos de entrada no exterior. Posicionamento estratégico e estrutura organizacional para a internacionalização. Blocos regionais. O processo de internacionalização das empresas brasileiras. Mensuração do desempenho das operações internacionais.

ADM 2331 – Estratégia Avançada de Empresas

Flexibilidade estratégica com opções reais, Conluios tácitos, Estratégias de integração vertical, Diversificação, Alianças estratégicas, Fusões e aquisições.

ADM 2332 – Gestão Socioambiental

Crise socioambiental. Análise dos impactos antropogênicos. Desenvolvimento sustentável e Sustentabilidade corporativa (*triple bottom line*). Planejamento estratégico para a sustentabilidade. Modelos e ferramentas de Gestão ambiental. Modelos e ferramentas de responsabilidade social corporativa. As empresas e o consumo Sustentável.

ADM 2333 - Gestão Estratégica de Operações

Desenvolvimento e implantação de estratégias de manufaturas e serviços. Arquitetura de manufaturas e serviços. Redesenho de processos operacionais. Gestão de redes de suprimentos. Fluxos de materiais e de produtos. Gestão estratégica de qualidade e produtividade de operações. Gestão estratégica da capacidade e da demanda de operações.

ADM 2335 a 2339 - Tópicos Especiais em Estratégia

Conteúdo Variável

6.3.2. Área de Finanças

ADM 2341 - Administração de Carteiras

Técnicas alternativas para avaliação de aplicações de ativos de renda variável. Teoria de mercados eficientes. Princípios de diversificação de risco através de administração de carteiras. Restrições legais e institucionais existentes. Modelo de precificação de ativos de capital - CAPM e de teoria de preços por arbitragem - APT. Avaliação do desempenho do administrador de carteiras.

ADM 2343 - Análise de Projetos e Avaliação de Empresas

Planejamento estratégico e avaliação de projetos. Avaliação em ambiente de certeza. Fluxos de caixa, tributação e inflação. Racionamento de capital. Avaliação em ambiente de incerteza. Aplicação de teoria das opções na avaliação de empresas. Custo de capital. Opções Reais.

ADM 2345 - Derivativos

Mecânica operacional e fundamentos econômicos dos mercados a termo, futuros, de opções e de *swaps*. Especificação dos principais contratos negociados. Estratégias de operação através de *hedge*, arbitragem e especulação. Formulação do valor justo de opções. Utilização de derivativos por empresas.

ADM 2355 – Economia Financeira

Mercado de Capitais. Apreçamento de Ativos. Microestrutura do Mercado de Capitais. Previsibilidade de Preços. Eficiência do Mercado. Volatilidade dos Preços. Finanças Comportamentais. Escolha Intertemporal. Equity Premium Puzzle. Estrutura a Termo das Taxas de Juro.

AMD 2356 - Econometria Financeira

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. Modelagem de relações de longo prazo: raiz unitária e cointegração. 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 2350 a 2354 - Tópicos Especiais em Finanças

Conteúdo variável.

6.3.3. Área de Marketing

ADM 2360 - Marketing de Serviços

Natureza do esforço de marketing em organizações de serviços. Características dos serviços. Estratégias de marketing aplicadas a serviços. Serviço como diferenciação de produtos. Qualidade em serviços e satisfação dos clientes. Falhas e recuperação de serviços. Papéis de funcionários e clientes na execução de serviços. Cenários de serviços. Demanda e capacidade em serviços.

ADM 2362 - Pesquisa de Marketing

Visão contemporânea da pesquisa nas decisões estratégicas de marketing. Concepção, execução e análise de pesquisas de marketing. Categorias de pesquisa. Decisão e valor de informação. Mensuração. Escalas e instrumentos. Análise e interpretação de resultados. Elaboração de projeto de pesquisa de mercado baseado em problema discutido com empresara real.

ADM 2363 - Políticas de Distribuição

Natureza e objetivos da distribuição. Administração de canal. A importância do intermediário na agregação de valor para o consumidor final. Liderança de canal e poder nas negociações. Organizações atacadistas e varejistas. Aspectos logísticos e físicos da distribuição. Alianças de canal e marketing de relacionamento.

ADM 2364 - Comportamento do Consumidor

Natureza e objetivos do comportamento do consumidor. O processo decisório de compra e uso dos produtos e serviços. Os aspectos culturais, econômicos, sociais e psicológicos nos usos e costumes. Motivação, personalidade e estilos de vida. As organizações e o processo de compra. A transformação da sociedade e estrutura de valores. A influência do consumidor nas estratégias de marketing.

ADM 2365 - Marketing de Relacionamento

Princípios da gestão do relacionamento com o cliente. Implementando CRM. Identificando e diferenciando o cliente. Interação e privacidade. Customização e medidas de valor do cliente. CRM Analítico e *data mining*.

ADM 2367 a 2371 - Tópicos Especiais em Marketing

Conteúdo variável.

6.3.4. Área de Organizações

ADM 2380 - Aprendizado Contínuo nas Organizações

Desenvolvimento, aprendizado contínuo e treinamento das pessoas. Organização que aprende. Habilidades e competências requeridas no mundo globalizado de negócios. Desenvolvimento organizacional e gerencial. Planejamento, programação, monitoramento e avaliação dos processos de desenvolvimento organizacional, grupal e pessoal. Sistemas de medição e recompensa.

ADM 2381 - Cultura e Poder nas Organizações

A cultura de uma organização. Como a Cultura Organizacional se manifesta através de sagas, símbolos, linguagem, mitos e lendas. Como a Cultura Organizacional se manifesta através dos artefatos visíveis, aspectos históricos, aspectos externos e processos de comunicação. A relação da cultura, estratégia organizacional e vantagem competitiva. O papel dos valores nas atitudes, práticas e comportamentos. A importância do alinhamento cultural. Porque é difícil mudar a cultura de uma organização. A relação da cultura, mudança organizacional, liderança, comprometimento e desempenho. A mudança da Cultura e o Ciclo de Vida Organizacional. O papel da cultura nacional e/ou da cultura familiar na cultura organizacional. Inteligência e Adaptação cultural.

ADM 2386 - Visões da Organização

Diversidade das abordagens epistemológicas e teóricas de compreensão das organizações e das práticas de gestão. Paradigmas nas ciências sociais aplicadas. Positivismo e Pós-positivismo. Interpretativismo. Teoria Crítica. Pós-Modernismo e Pós-Estruturalismo. Metáforas e Análise Organizacional.

ADM 2393 – Identidade e Mudança Organizacional

Identidade Organizacional e Identidade nas Organizações. Principais debates e teorias. Identidade Organizacional e Mudança. Imagem e Reputação na Gestão da Identidade Organizacional. Identidade Organizacional em uma perspectiva temporal. Identidade e Sensemaking. Narrativas, Discursos e Storytelling e o processo de construção de Identidades Organizacionais.

ADM 2394 – Liderança: teoria e prática

O que é liderança. Liderança como processo; diferenciando liderança, gestão e empreendedorismo. O que faz a liderança eficaz. O papel dos líderes: traços, comportamentos e estilos; liderança e gênero. O papel dos seguidores e desafios para seu engajamento. O relacionamento líder-liderado: relações transacionais e relações transformadoras; identidade e propósito. O papel do contexto: liderança e cultura; liderança e mudança. Avaliando a liderança: liderança efetiva e ética; raízes da liderança tóxica.

ADM 2395 a 2399 - Tópicos Especiais em Organizações

Conteúdo variável.

6.4. Dissertação

ADM 3010 – Dissertação de Mestrado

Elaboração da dissertação de mestrado.

7. Processo Seletivo

7.1. Regime de Dedicção

O Programa de Mestrado em Administração de Empresas – Opção Profissional da PUC-Rio é oferecido em dedicação parcial, no horário noturno. As aulas são ministradas três vezes por semana, de 19h às 22horas.

7.2. Documentos para Inscrição

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

- Preenchimento da Ficha de Inscrição (disponível em http://www.ccpa.puc-rio.br/inscricao_pos/);
- Histórico Escolar de Graduação;
- Currículo Profissional;
- Resultado do teste da ANPAD ou GMAT.

7.3. Datas de Inscrição e Seleção

A admissão ao Curso de Mestrado Profissional em Administração de Empresas da PUC-Rio é feita uma vez por ano. A inscrição de candidatos é feita nos meses de agosto a outubro, devendo todo o processo seletivo estar concluído até o mês de dezembro, sempre no ano anterior ao ingresso do candidato no curso.

7.4. Fases do Processo Seletivo

A seleção é feita em duas fases:

- Fase 1: Análise conjunta da ficha de inscrição, do Histórico Escolar de Graduação, do Currículo Profissional e do resultado do Teste ANPAD ou GMAT
- Fase 2: Entrevista pessoal com os professores permanentes para os selecionados na fase anterior

7.5. Requisitos para Obtenção do Título de Mestre

Para obtenção do título de Mestre o aluno deverá completar um mínimo de 30 créditos, bem como apresentar, defender e ser aprovado em Dissertação de Mestrado no prazo de 24 meses.

A Dissertação do Mestrado Profissional é um trabalho final que, dentro dos rigores da pesquisa científica, está voltado para estudos de casos empresariais. Pode configurar-se

como um projeto para criação de uma empresa, para soluções práticas de problemas empresariais ou outra configuração que ressalte o aspecto prático, integrado com os conceitos desenvolvidos durante o curso.

8. Linhas De Pesquisa

8.1. Descrição das Linhas de Pesquisa

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

Inclui projetos relacionados a mercado de capitais, criptomoedas e blockchain, derivativos, finanças comportamentais, avaliação de projetos de investimentos e de empresas.

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

Inclui projetos relativos a comportamento do consumidor, relações de consumo, marketing de serviços, marketing de relacionamento, marketing online, comunicação, consumerismo, entre outros.

- Linha de Pesquisa em Planejamento, Estratégia e Desempenho

Inclui projetos envolvendo estratégia corporativa, estratégias competitivas e colaborativas, internacionalização de empresas, desempenho organizacional, planejamento estratégico e governança estratégica, entre outros.

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

Abrange projetos sobre estruturas e processos; memória, história e processos discursivos; comportamento organizacional: valores, identidade, cultura, poder, comprometimento, liderança, mudança, aprendizado e gestão do conhecimento; relações de trabalho: gestão de pessoas, competências, empregabilidade e carreira.

8.2. Núcleos de Pesquisa

Além das linhas de pesquisa, as atividades de pesquisa são realizadas por meio de Núcleos de Pesquisa de características transversais e interdisciplinares:

- NUPIN - Núcleo de Pesquisas em Negócios Internacionais
- NUPEI - Núcleo de Pesquisa em Energia e Infraestrutura
- NORTE – Núcleo de Organizações, Relações de Trabalho e Empregabilidade
- NEOS - Núcleo de Estudos em Organizações Sustentáveis

- FINE - Núcleo de Pesquisa em Finanças

O Núcleo de Pesquisas em Negócios Internacionais (NUPIN) (www.nupin.net)

Realiza estudos e projetos relacionados à internacionalização de empresas. Participam do Núcleo professores, pesquisadores e alunos de mestrado e doutorado envolvidos com a pesquisa em temáticas relevantes ao Centro. O Núcleo recebe o apoio do PRONEX – Programa de Núcleos de Excelência do CNPq/FAPERJ, além de realizar projetos de grande porte para o Sebrae e a Apex-Brasil e obter apoio, por meio de projetos específicos, do CNPq, Capes e Faperj. Além disso, o Núcleo atua em rede com pesquisadores de outras instituições (UFRJ, FGV, Universidade de Fortaleza - UNIFOR, FURB – Fundação Universidade Regional de Blumenau, e Universidade Positivo). O Núcleo dispõe de salas para coordenador e para pesquisadores, equipadas com equipamentos de informática e *softwares* de última geração, além de acesso direto às bases de dados da PUC-Rio. As instalações são utilizadas por pesquisadores e alunos. Além disso, o Núcleo dispõe de acervo físico e digital sobre empresas brasileiras internacionalizadas, cobrindo um universo de aproximadamente 250 empresas, que vêm sendo acompanhadas.

O Núcleo de Pesquisa em Energia e Infraestrutura (NUPEI) (www.iag.puc-rio.br/nupei)

Realiza estudos relacionados a projetos de energia e infraestrutura, sendo apoiado pela Faperj através do PRONEM – Programa de Núcleos Emergentes, além de projetos específicos financiados pelo CNPq e pela Faperj. O Núcleo recebe ainda recursos da ANEEL – Agência Nacional de Energia Elétrica e realiza projetos para diversas entidades públicas e privadas. O Núcleo também atua em rede com pesquisadores de outras instituições como COPPEAD/UFRJ, IBMEC-RJ, McCombs School of Business/University of Texas at Austin, University of Toronto, Norwegian University of Science and Technology (NTNU) e Pepperdine University. O Núcleo dispõe de sala para pesquisadores, equipada com equipamentos de informática e *softwares* de última geração, além de acesso direto às bases de dados da PUC-Rio. As instalações são utilizadas por pesquisadores e alunos de graduação, mestrado e doutorado.

O Núcleo de Organizações, Relações de Trabalho e Empregabilidade (NORTE)

Reúne pesquisadores dedicados à produção do conhecimento sobre organizações, com ênfase nas áreas de estudos organizacionais históricos, comportamento organizacional, gestão de pessoas e relações de trabalho contemporâneas. Entre seus principais objetivos, estão a realização de pesquisas que avancem o conhecimento sobre as organizações, a gestão de pessoas, atitudes e comportamentos no trabalho, e sobre as dinâmicas do trabalho e das carreiras na atualidade; de serviços de pesquisas e desenvolvimento em organizações de diversos setores e áreas de atuação, a fim de gerar insumos para apoiar a gestão de pessoas e a definição de políticas de recursos humanos nessas organizações; e a produção de séries

históricas que permitam acompanhar aspectos relevantes da dinâmica do mercado de trabalho na atualidade.

O Núcleo de Estudos em Organizações Sustentáveis (NEOS)

Realiza pesquisas acadêmicas e projetos de extensão que produzam novos conhecimentos sobre o tema da Sustentabilidade em organizações e startups. Entre os seus objetivos estão a realização de pesquisas que permitam desenvolver novos conhecimentos sobre a estratégia, inovação e a prática da sustentabilidade nas organizações, com ou sem fins lucrativos, que permitam desenvolver novos conhecimentos sobre a prática do empreendedorismo ambiental e social e promovam a visão da sustentabilidade entre novos empreendedores, e que abordem o tema de mudanças climáticas e estratégias que visem mitigação e adaptação dos recursos e capacidades organizacionais.

O Núcleo de Pesquisa em Finanças (FINE):

O FINE – Núcleo de Pesquisa em Finanças do IAG/PUC-Rio reúne pesquisadores dedicados à elaboração de pesquisa, produção de conhecimento e geração de conteúdo relacionados às finanças e tem como propósito servir como meio de transferência de conhecimento entre membros da academia e do mercado. O núcleo possui três áreas de atuação: Finanças Comportamentais, Finanças Corporativas e Mercado de Capitais e conta com a atuação ativa, nas três áreas, de professores pesquisadores doutores, alunos de doutorado e alunos de mestrado acadêmico. O núcleo oferece serviço de planejamento e execução de projetos de pesquisas aplicados a desafios do mercado de negócios. Além disso, promove a capacitação de recursos humanos em empresas privadas e públicas, universidades, e instituições financeiras por meio de cursos *in company*. Além de acesso às bases de dados da PUC-Rio, o Núcleo oferece acesso a equipamentos de informática e softwares estatísticos para utilização e estimação de modelos econométricos.

Os Núcleos, além de realizarem pesquisa acadêmica, dispõem de recursos de informática, acesso a banco de dados, e desenvolvem também projetos de consultoria, nos quais alunos do Mestrado Profissional podem eventualmente se engajar.

8.3. Alocação de Alunos a Linhas de Pesquisa

Todo aluno do curso de Mestrado Profissional deverá estar alocado a uma Linha de Pesquisa no final do primeiro ano 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.

9. Corpo Docente Atuante No Mestrado Profissional

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

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

André Lacombe Penna da Rocha

Doutor pela University of London

Interesses de Pesquisa:

- Logística da distribuição e impactos no Supply Chain Management
- Atitudes e comportamento de consumo e relações com o meio ambiente
- Gerenciamento de marcas
- Agribusiness

lacombe@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

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

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

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

Graziela Xavier Fortunato

Doutora pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Interesses de Pesquisa:

- Valuation
- Finanças Corporativas
- Contabilidade Gerencial

graziela@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

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

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

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

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

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

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
- Opções Reais

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

Marcos Cohen

Doutor pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Interesses de Pesquisa:

- Estratégias colaborativas para empresas e entidades sem fins lucrativos
- Desenvolvimento sustentável e gestão ambiental

mcohen@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

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

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

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