

PLANO DE DISCIPLINA

Disciplina:	SPPGA0233 - COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR - T01	
Professor:	Nelsio Rodrigues de Abreu, Dr.	Contato: nelsio@gmail.com
Carga Horária:	60 horas/semestre	Créditos: 04
Período Letivo:	2022.2	Horário: quinta-feira, das 08:00 às 12:00

Ementa
A pesquisa de comportamento do consumidor: uma visão geral do estado da arte e das influências disciplinares. O consumidor pós-moderno. Consumo e sociedade. Processo de decisão de compra. Aspectos intrínsecos e extrínsecos do comportamento do consumidor. Tendências no comportamento do consumidor.

Objetivos
A disciplina visa a atingir os seguintes objetivos de aprendizagem:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprofundar conhecimentos atinentes processos de compra, consumo e descarte, analisando determinantes pessoais e do ambiente. 2. Caracterizar o processo de decisão de compra. 3. Analisar as influências intrínsecas sobre o comportamento do consumidor, mais especificamente, os fatores de natureza pessoal e psicológica. 4. Analisar as influências extrínsecas sobre o comportamento do consumidor, mais especificamente, fatores de natureza social e cultural. 5. Explorar temas de fronteira na área de comportamento do consumidor.

UNIDADE	OBJETIVO	CONTEÚDO
I	1 e 2	Fundamentos de Comportamento do Consumidor: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Visão Geral do Comportamento do Consumidor. ▪ Importância do comportamento do consumidor. ▪ <i>Transformative Consumer Research – TCR</i> ▪ Bem-estar e qualidade de vida
II	3	Influências Intrínsecas sobre o Comportamento do consumidor (O consumidor como indivíduo!): <ul style="list-style-type: none"> ▪ Motivação, desejos e necessidades ▪ Personalidade ▪ Consumo não consciente ▪ Consumo sensorial ▪ <i>Self</i> ▪ Atitudes ▪ Emoções

III	4 e 5	<p>Influências Extrínsecas sobre o Comportamento do consumidor (O consumidor como um ser social!):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gênero e família ▪ Classe social e status ▪ Cultura ▪ Subcultura ▪ Movimentos alternativos de consumo ▪ Empoderamento/resistência do consumidor
-----	-------	---

Avaliação	
1) Artigo	50%
<p>Artigo de natureza teórica ou teórico-empírica (preferencialmente) que apresente os resultados de uma pesquisa realizada (até 3 pessoas) e que discuta uma temática inovadora na área do Comportamento do Consumidor. A temática do artigo deverá ser apresentada no Encontro 7 (15/09/2022), para discussão em sala para contribuição do professor e dos colegas. A primeira versão do artigo deverá ser apresentada no Encontro 15 (10/11/2022) e a entrega final no dia (17/12/2022).</p>	
2) Seminários	30%
<p>Em cada encontro, um(a) discente já selecionado(a) previamente fará a apresentação dos artigos do tema do dia, com duração de 2 horas e outro(a) mestrando(a)/doutorando(a), será aleatoriamente SELECIONADO NO INÍCIO DA AULA, e deverá auxiliar o professor na mediação da discussão, fazendo questionamentos ao apresentador. Após as apresentações, um debate em profundidade deverá ocorrer entre a turma. Ressalta-se que o(a) discente poderá ser selecionado(a) mais de uma vez para apresentação, por isso, é importante sempre estar preparado para discussões e apresentações nos encontros.</p> <p><i>Obs.: Os seminários deverão ser apresentados usando a temática do encontro, trabalhando os artigos em conjunto, ou, caso se for trabalhar por artigo individualizado, iniciar sempre pelo artigo mais artigo.</i></p>	
3) Experiential Project	20%
<p>1. Projeto experiencial baseado no Apêndice A do artigo de Morgan e McCabe (2012).</p> <p>2. Uma análise crítica dos textos distribuídos de no máximo duas páginas para cada encontro definido [marcado com um asterisco (*)] e entregue no início de cada discussão/debate. A participação é fundamental nas discussões. Será analisada a atitude do(a) mestrando(a)/doutorando(a) em sala de aula, procurando avaliar o seu comportamento nos aspectos éticos e de respeito com relação às demais pessoas em sala de aula. A frequência, assiduidade, contribuições e participações nas discussões serão levados em consideração na avaliação.</p> <p style="color: red; text-align: center;">Obs.: Enviar em formato digital – pdf.</p>	

PROGRAMAÇÃO DA DISCIPLINA

Encontro 1	Data: 04/08	Tema: Introdução à disciplina: teorias e influências	Resp.: Nelsio
Objetivos da aula: - Apresentar a dinâmica e atividades da disciplina. - Discutir noções gerais do comportamento do consumidor.			
Referências da aula: KIM, J. et al. Hope, fear, and consumer behavioral change amid COVID-19: Application of protection motivation theory. International Journal of Consumer Studies , v. 46, n. 2, p. 558-574, 2022. MALTER, M. S. et al. The past, present, and future of consumer research. Marketing Letters , v. 31, n. 2, p. 137-149, 2020.			

Encontro 2	Data: 11/08	Tema: Repensando o comportamento do consumidor: estado-da-arte e pesquisa na área	Resp.:
Objetivos da aula: - Analisar o estado da arte e pesquisa na área. - Discutir a história da cultura do consumo.			
Referências da aula: ADERALDO, C. V. L.; AQUINO, C. A. B.; SEVERIANO, M. F. V. Aceleração, Tempo Social e Cultura do Consumo: Notas sobre as (Im)Possibilidades no Campo das Experiências Humanas. Cadernos EBAPE.BR , v. 18, n. 2, p. 365-376, 2020. 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.			

Encontro 3	Data: 18/08	Tema: <i>Transformative Consumer Research – TCR (*)</i>	Resp.:
Objetivos da aula: - Discutir uso e aplicação da <i>Transformative Consumer Research - TRC</i> . - Entender a relevância do TCR em prol do bem-estar do consumidor.			
Referências da aula: MICK, D. G. et al. Transformative Consumer Research: for personal and collective well-being . New York: Routledge, 2012. Cap. 1 e 2 (livro) MORGAN, F. N.; MCCABE, D. B. Learning why we buy: An experiential project for the consumer behavior course. Journal of Marketing Education , 34(2), 140–155, 2012.			

Encontro 4	Data: 25/08	Tema: Marketing e consumo: bem-estar e qualidade de vida	Resp.:
Objetivos da aula: - Analisar como o consumo influencia o bem-estar do consumidor. - Discutir a qualidade de vida e satisfação na perspectiva do consumidor.			
Referências da aula: RYFF, C. D. Psychological well-being revisited: Advances in the science and practice of eudaimonia. Psychotherapy and Psychosomatics , v. 83, n. 1, p. 10-28, 2014. SIRGY, M. J. Macromarketing metrics of consumer well-being: An update. Journal of Macromarketing , v. 41, n. 1, p. 124-131, 2021.			

Encontro 5	Data: 01/09	Tema: Influências intrínsecas: motivação, desejos e necessidades e emoções (*)	Resp.:
-------------------	--------------------	---	--------

Objetivos da aula:

- Discutir aos aspectos das influências intrínsecas.
- Analisar situações de motivações e desejos ou necessidades.

Referências da aula:

KHATOON, S.; REHMAN, V. Negative emotions in consumer brand relationship: A review and future research agenda. **International Journal of Consumer Studies**, v. 45, n. 4, p. 719-749, 2021.

VALOR, C.; LLOVERAS, J.; PAPAIOIKONOMOU, E. The role of emotion discourse and pathic stigma in the delegitimization of consumer practices. **Journal of Consumer Research**, v. 47, n. 5, p. 636–653, 2021.

Encontro 6	Data: 08/09	Tema: Influências intrínsecas: personalidade e atitudes	Resp.:
-------------------	--------------------	--	--------

Objetivos da aula:

- Discutir previsão de comportamentos de consumo em razão da personalidade e valores.
- Discutir as influências atitudinais e comportamentais do consumidor.
- Discutir a Teoria do Comportamento Planejado.

Referências da aula:

AJZEN, I. Consumer attitudes and behavior. In: HAUGTVEDT, C. P.; HERR, P. M.; CARDES, F. R. (Eds.). **Handbook of consumer psychology**. New York: Lawrence Erlbaum Associates, 2008. cap. 20.

POUSHNEH, A. Humanizing voice assistant: The impact of voice assistant personality on consumers' attitudes and behaviors. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 58, p. 102283, 2021.

Encontro 7	Data: 15/09	Tema: Influências intrínsecas: não consciente	Resp.:
-------------------	--------------------	--	--------

Objetivos da aula:

- Analisar o consumo não consciente e suas características.

Referências da aula:

KING, D.; AUSCHAITRAKUL, S. Affect-based nonconscious signaling: When do consumers prefer negative branding?. **Psychology & Marketing**, v. 38, n. 2, p. 338-358, 2021.

Apresentação da proposta de artigo.

Encontro 8	Data: 22/09	Tema: Influências intrínsecas: <i>self</i> (*)	Resp.:
-------------------	--------------------	---	--------

Objetivos da aula:

- Analisar as influências do *self* no consumo.

Referências da aula:

BELK, R. W. Extended self in a digital world. **Journal of Consumer Research**, v. 40, n. 3, p. 477-500, 2013.

BELK, R. W. Possessions and extended self. **Journal of Consumer Research**, v. 15, n. 2, p. 139-168, 1988.

RUVIO, A.; BELK, R. W. Strategies of the extended self: The role of possessions in transpeople's conflicted selves. **Journal of Business Research**, v. 88, p. 102-110, 2018.

Encontro 9	Data: 29/09	Tema: Influências intrínsecas: sensorial	Resp.:
Objetivos da aula:			
- Compreender as influências sensoriais no comportamento de consumo.			
Referências da aula:			
BRASEL, S. A.; GIPS, J. Tablets, touch screens, and touch pads: How varying touch interfaces trigger psychological ownership and endowment, Journal of Consumer Psychology , 24(2), 226-233, 2014.			
YOGANATHAN, V.; OSBURG, V.; AKHTAR, P. Sensory stimulation for sensible consumption: Multisensory marketing for e-tailing of ethical brands. Journal of Business Research , v. 96, p. 386-396, 2019.			

Encontro 10	Data: 06/10	Tema: Influências extrínsecas: gênero e família (*)	Resp.:
Objetivos da aula:			
- Analisar da influência da família no processo decisório de compra.			
- Discutir aspectos de gênero no consumo.			
Referências da aula:			
MOORE, E. S.; WILKIE, W. L.; DESROCHERS, D. M. All in the family? Parental roles in the epidemic of childhood obesity. Journal of Consumer Research , 43 (5), 824-859, 2017.			
PENA, F. G.; SARAIVA, L. A. S. Ressignificação, consumos e silêncios da cozinha doméstica. Organizações & Sociedade , 26(90), 558-578, 2019.			

Encontro 11	Data: 13/10	Tema: Influências extrínsecas: classe social e status	Resp.:
Objetivos da aula:			
- Analisar as influências da classe social e status no consumo.			
- Discutir as dimensões sociais como distinção social.			
Referências da aula:			
CHEN, J. et al. Luxury in Emerging Markets: An Investigation of the Role of Subjective Social Class and Conspicuous Consumption. Sustainability , v. 14, n. 4, p. 2096, 2022.			
SAATCIOGLU, B.; OZANNE, J. L. Moral habitus and status negotiation in a marginalized working-class neighborhood, Journal of Consumer Research , 40, 692-710, 2013.			

Encontro 12	Data: 20/10	Tema: Influências extrínsecas: Cultura I (*)	Resp.:
Objetivos da aula:			
- Analisar conceitos relacionados à cultura nacional e cultura estrangeira.			
Referências da aula:			
AIROLDI, M.; ROKKA, J. Algorithmic consumer culture. Consumption Markets & Culture , p. 1-18, 2022.			
CASTELLÓ, E.; MIHELJ, S. Selling and consuming the nation: Understanding consumer nationalism. Journal of Consumer Culture , 18(4), 558-576, 2018.			
ZALEWSKA, J. Consumer revolution in people's Poland: Technologies in everyday life and the negotiation between custom and fashion (1945–1980). Journal of Consumer Culture , v. 17, n. 2, p. 321-339, 2015.			

Encontro 13	Data: 27/10	Tema: Influências extrínsecas: Cultura II	Resp.:
Objetivos da aula:			
- Discutir práticas de consumo e cultura de consumo na contemporaneidade.			
Referências da aula:			
DEMETRY, D.; THURK, J.; FINE, G. A. Strategic poverty: How social and cultural capital shapes low-income life. Journal of Consumer Culture , v. 15, n. 1, p. 86-109, 2013.			
HUSEMANN, K. C.; ECKHARDT, G. M. Consumer deceleration. Journal of Consumer Research , v. 45, n. 6, p. 1142-1163, 2019.			

Encontro 14	Data: 03/11	Tema: Subcultura	Resp.:
Objetivos da aula: - Discutir as subculturas de consumo.			
Referências da aula: SCHOUTEN, J. W.; MCALEXANDER, J. H. Subcultures of consumption: An ethnography of the new bikers. Journal of Consumer Research , v. 22, n. 1, p. 43-61, 1995. SEREGINA, A.; WEIJO, H. A. Play at any cost: How cosplayers produce and sustain their ludic communal consumption experiences. Journal of Consumer Research , v. 44, n. 1, p. 139-159, 2017. ULUSOY, E.; FIRAT, F. A. Toward a theory of subcultural mosaic: Fragmentation into and within subcultures. Journal of Consumer Culture , v. 18, n. 1, p. 21-42, 2018.			
Apresentação do Projeto Experiencial.			

Encontro 15	Data: 10/11	Tema: Movimentos alternativos de consumo e empoderamento/resistência do consumidor (*)	Resp.:
Objetivos da aula: - Discutir movimentos contemporâneos e alternativos de consumo que geram empoderamento.			
Referências da aula: CHATZIDAKIS, A.; MACLARAN, P.; VARMAN, R. The regeneration of consumer movement solidarity. Journal of Consumer Research , v. 48, n. 2, p. 289-308, 2021. ROKKA, J. Consumer Culture Theory's future in marketing. Journal of Marketing Theory and Practice , v. 29, n. 1, p. 114-124, 2021. WEIJO, H. A.; MARTIN, D. M.; ARNOULD, E. J. Consumer movements and collective creativity: The case of restaurant day. Journal of Consumer Research , v. 45, n. 2, p. 251-274, 2018.			
Apresentação do artigo.			

Bibliografia complementar

AJZEN, I. (2002). Attitudes. In BALLESTEROS, R. Fernandez (Ed.), *Encyclopedia of Psychological Assessment* (Vol. 1, pp. 110-115). London: Sage Publications.

AJZEN, I. From Intentions to Actions: A theory of planned behavior. In KUHL, J.; BECKMAN, J. (Eds.), *Action-Control: From Cognition to Behavior*. Heidelberg, Germany: Springer, 1985, pp. 11-39.

ALBUQUERQUE, F. M. F.; PEREIRA, R. C. F.; BELLINI, C. G. P. Do repertório de comportamentos do consumidor: retaliação e vingança no ciberespaço. *Revista de Administração*, v. 46, n. 2, p. 135-149, 2011.

ANDREANSEN, A.R.; GOLDBERG, M.E.; SIRGY, M. JOSEPH. Foundational Research on Consumer Welfare: opportunities for a transformative consumer research agenda. In: MICK, D.G. *et al. Transformative Consumer Research: for personal and collective well-being*. New York: Routledge, 2012.

ARNOULD, E; THOMPSON, Craig J. Consumer Culture Theory (CCT): Twenty years of research, *Journal of Consumer Research*, 31(4), 2005, pp. 868-882.

ARNOULD, E; WALLENDORF, M. Market-oriented Ethnography: interpretation building and marketing strategy formulation, *Journal of Marketing Research*, 31(4), 1994.

BAZERMAN, Max H. Consumer Research for Consumers. *Journal of Consumer Research*, 27, 4, 2001, pp. 499-504.

BELK, R. W; KOZINETS, Robert V. Videography in marketing and consumer research. *Qualitative Market Research*, 8(2), 2005, 128-141.

BELK, R. W.; WALLENDORF, Melanie; SHERRY Jr, John F. The Sacred and the Profane in Consumer Behavior: theodicy on the odyssey, *Journal of Consumer Research*, 16, 1989, pp.1-34.

BERNTHAL, Matthew J; CROCKETT, David; ROSE, Randall L. Credit Cards as Lifestyle Facilitators, *Journal of Consumer Research*, 32(1), 2005.

BIEHAL, Gabriel; CHAKRAVARTI, Dipankar, Exploring Memory Processes in Consumer Choice, *Advances Consumer Research*, v. 09. Association for Consumer Research, 1982, pp. 65-71.

BLACKWELL, Roger; MINIARD, Paul; ENGEL, James. *Comportamento do Consumidor*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

BOLTON, Ruth N. A Dynamic Model of the Duration of the Customer's Relationship with a Continuous Service Provider: The role of satisfaction, *Marketing Science*, 17(1), 1998.

CALDER, Bobby J.; TYBOUT, Alice M. Interpretive, Qualitative, and Traditional Scientific Empirical Consumer Behavior Research. *Association for Consumer Research*, 1989, pp.199-208.

CASTILHOS, Rodrigo Bisognin; ROSSI, Carlos Alberto Vargas; CAVEDON, Neusa Rolita. Cultura e Consumo de Famílias no Brasil e na França. In: Anais do XXIX Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ENANPAD 2005). Brasília: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), 2005, CD-ROM.

CELUCH, Kevin; TAYLOR, Steven A. Involvement with Services: an empirical replication and extension of Zaichkowsky's Personal Involvement Inventory. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 12, 1999, pp. 109-122.

CHANG, Chingching. The Impacts of Personality Differences on Product Evaluations. *Advances in Consumer Research*, 28, pp. 26-33.

CHURCHILL, Jr. Gilbert; SURPRENANT, Carol. An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, 19, 1982, pp. 491-504.

COVA, B.; PACE, S. Brand community of convenience products: new forms of customer empowerment – the

- case “my Nutella The Community”. *European Journal of Marketing*, v. 40, n. 9/10, p. 1087-1105, 2006.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. The Costs and Benefits of Consuming, *Journal of Consumer Research*, 27, 2000.
- DA MATTA, Roberto. Carnavais, Malandros e Heróis. Rio de Janeiro: Zahar, 1979
- DAHLÉN, Micael; LANGE, Fredrik. Advertising Weak and Strong Brands: Who Gains? *Psychology & Marketing*, 22(6), 2005, pp. 473–488.
- DUBOIS, Bernard; CZELLAR, Sandor. Prestige Brands or Luxury Brands? An Exploratory Inquiry on Consumer Perceptions, *European Marketing Association Conference*, 2002
- DUBOIS, Bernard; DUQUESNE, P. The Market for Luxury Goods: income versus culture, *European Journal of Marketing*, 27(1), 1993.
- DUH, H. L. Antecedents and consequences of materialism: an integrated theoretical framework. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, v. 7, n. 1, p. 20-35, 2015.
- Endler, N. S.; Rosenstein, A. J. Evolution of the Personality Construct in Marketing and Its Applicability to Contemporary Personality Research. *Journal of Consumer Psychology*, 6(1), 1997, 55-66.
- EPP, A. M.; PRICE, L. L. Family identity: A framework of identity interplay in consumption practices, **Journal of Consumer Research**, 2008.
- FARIAS, Salomão Alencar de. Em Busca da Inovação no Marketing Brasileiro: Discutindo o Processo de Publicação de Artigos em Revistas e Congressos. *In: Anais do I Encontro de Marketing da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (EMA 2004)*. Porto Alegre: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), 2004, CD-ROM.
- FISHER, R. J.; DUBÉ, L. Gender differences in responses to emotional advertising: a social desirability perspective, **Journal of Consumer Research**, 31(4), 2005, 850-858.
- FITZPATRICK, M.; ELPHINSTON-JOLLY, B.; FRIEND, L., PAYNE, P. Possessions and self in the identity work of survivors of domestic violence. **Journal of Consumer Psychology**, 2018, DOI: 10.1002/jcpy.1080.
- FOURNIER, Susan. Rediscovering Satisfaction, *Journal of Marketing*, 63(4), 1999, pp. 5-19.
- FRAJ, Elena; MARTINEZ, Eva. Environmental Values and Lifestyles as Determining Factors of Ecological Consumer Behaviour: An Empirical Analysis. *Journal of Consumer Marketing*, 23(3), 2006, pp 133–144.
- FRAJ, Elena; MARTINEZ, Eva. Influence of Personality on Ecological Consumer Behaviour, **Journal of Consumer Behaviour**, 5(3), 2006, pp. 167-181.
- FUGATE, Douglas L. Neuromarketing: a layman’s look at neuroscience and its potential application to marketing practice. **Journal of Consumer Marketing**, 24(7), 2007, 385–394.
- GENTRY, James W.; COMMURI, Suraj; HONGIK, Sunkyu Jun. Review of Literature on Gender in the Family, *Academy of Marketing Science Review*, 1, 2003. Available: <http://www.amsreview.org/articles/gentry01-2003.pdf> Copyright © 2003 – **Academy of Marketing Science**.
- GOLLNHOFFER, J. F.; WEIJO, H. A.; SCHOUTEN, J. W. Consumer movements and value regimes: Fighting food waste in Germany by building alternative object pathways. **Journal of Consumer Research**, v. 46, n. 3, p. 460-482, 2019.
- GOULDING, Christina. Grounded theory, ethnography and phenomenology: A comparative analysis of three qualitative strategies for marketing research. **European Journal of Marketing**, 39(3/4), 2005, 294-308
- GRIER, S. A.; DESHPANDÉ, R. Social dimensions of consumer distinctiveness: the influence of social status on group identity and advertising persuasion. **Journal of Marketing Research**, v. 38, n. 2, p. 216-224, May 2001.
- HANSEN, Torben. *Perspectives on Consumer Decision Making: An integrated approach*, **Journal of Consumer Behaviour**, 4, 6, 2005, p. 420-437
- JAIME JÚNIOR, Pedro. Ethnomarketing: Antropologia, Cultura e Consumo, **Revista de Administração de**

Empresas, 41(4), out./dez. 2001.

JOHAR, Gita Venkataramani; MAHESWARAN, Durairaj; PERACCHIO, Laura A. MAPping the Frontiers: Theoretical Advances in Consumer Research on Memory, Affect, and Persuasion. **Journal of Consumer Research**, 33, 1, 2006, pp. 139-149.

KARDES, Frank R. In Defense of Experimental Consumer **Psychology**. **Journal of Consumer Psychology**, 5(3), 1996, 279-296.

KOLLAT, David T; ENGEL, James, F.; BLACKWELL, Roger D. Current Problems in Consumer Behavior Research, **Journal of Marketing Research**, 7(3), 1970, 327-332.

KOZINETS, R. V. E-Tribalized marketing?: the strategic implications of virtual communities of consumption. *European Management Journal*, v. 17, n. 3, p. 252-264, 1999.

KRAFT, Sibila; NIQUE, Walter MeucciNique. Desvendando o Consumidor Através das Metáforas: uma aplicação da *ZaltmanMetaphorElicitationTechnique* (ZMET). In: Anais do XXVI Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Administração (ENANPAD 2002). Salvador: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), 22-25/09/2002, CD-ROM.

KRISHNA, A. An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior, **Journal of Consumer Psychology**, 22, 332-351, 2012.

KUCUKEMIROGLU, O. Market segmentation by using consumer lifestyle dimensions and ethnocentrism: An empirical study. *European Journal of Marketing*, 33(5/6), 1999, 470-487.

KUMAR, Anand; OLSHAVSKY, Richard W.; KING, Maryon F. Exploring Alternative Antecedents of Customer Delight, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 14, 2001, pp. 14-26.

KUSHWAH, S.; DHIR, A.; SAGAR, M. Understanding consumer resistance to the consumption of organic food. A study of ethical consumption, purchasing, and choice behaviour. **Food Quality and Preference**, v. 77, p. 1-14, 2019.

LARÁN, Juliano A.; HOFFMANN, Jonas A.; ALMEIDA, Stefânia O. Testing the Role of Desires and Desires Congruency in the Satisfaction Formation Process. In: AMA Winter Educator's Conference - 2003, Orlando, FL. *Proceedings*. Orlando, FL: AMA, 2003.

LYE, Ashley, SHAO, Wei; RUNDLE-THIELE, Sharyn; FAUSNAUGH, Carolyn. Decision waves: consumer decisions in today's complex world, *European Journal of Marketing*, 39(1/2), 2005, pp. 216-230.

MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing*. 3ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARCHETTI, Renato; PRADO, Paulo H. M. Um *Tour* pelas Medidas de Satisfação do Consumidor, *Revista de Administração de Empresas*, 41(4), 2001.

MARTIN, K. D.; HILL, R. P. Life satisfaction, self-determination, and consumption adequacy at the bottom of the pyramid. **Journal of Consumer Research**, 38(6), 1155-1168, 2012.

MATTOSO, Cecília Lima de Queirós. Classes Sociais: uma discussão sobre os conceitos na sociologia e antropologia e sua incorporação ao marketing. In: Anais do XXIX Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ENANPAD 2005). Brasília: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), 2005, CD-ROM.

MCCRACKEN, G. *Cultura & consumo II: mercados, significados e gerenciamento de marcas*. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2012. Cap. 4, 10 e 12 (livro)

MCCRACKEN, G. *Cultura&consumo*. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2003. Cap. 5. (livro)

MCKECHNIE, Sally; TYNAN, Caroline. Social Meanings in Christmas Consumption: an exploratory study of UK celebrants' consumptions rituals, **Journal of Consumer Behaviour**, 5(2), 2006, pp. 130-144.

MICK, D.G. *et al.* Origins, Qualities, and Envisionments of Transformative Consumer Research. In: MICK, D.G. *et al.* *Transformative Consumer Research: for personal and collective well-being*. New York: Routledge, 2012.

MONTEIRO, Plínio Rafael Reis; VEIGA, Ricardo Teixeira. Intenção de Parar de Fumar: comparação entre homens e mulheres segundo a teoria do comportamento planejado. In: Anais do II Encontro de Marketing da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (EMA 2006). Rio de Janeiro: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), 03-05/05/2006b, CD-ROM.

MOSS, Gloria; GUNN, Rod; HELLER, Jonathan. Some Men Like it Black, Some Women Like it Pink: consumer implications of differences in male and female website design, **Journal of Consumer Behaviour**, 5, 4, 2006, pp. 328-341.

NICOLAO, Leonardo; LARÁN, Juliano. A Dominância Paradigmática na Pesquisa em Comportamento do Consumidor e a Busca Por Uma Perspectiva Pluralista. **RIMAR - Revista Interdisciplinar de Marketing**, v.1, n.2, pp. 46-61, 2002.

NUNESMAIA, Ananda Lia *et al.* Uso do Cartão de Crédito Como Regulador do Estilo de Vida na Perspectiva dos Consumidores Endividados. In: Anais do XXXII Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ENANPAD 2008). Atibaia: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), 2008, CD-ROM.

OLIVER, Richard L. A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction decisions, *Journal of Marketing Research*, 17, 1980, pp. 460-469.

OLIVER, Richard, L. Whence Consumer Loyalty? **Journal of Marketing**, 63, 1999, pp. 33-45

OLIVER, Richard, L.; DESARBO, W. S. Response Determinants in Satisfaction Judgments, **Journal of Consumer Research**, 14, 1998, pp. 495-507.

OLIVER, Richard, L.; RUST, Roland T.; VARKE, Sajeew. Customer Delight: foundations, findings, and managerial insight, **Journal of Retailing**, 73(3), 1997, pp. 311-336.

PALAN, Kay M. Gender Identity in Consumer Behavior Research: A Literature Review and Research Agenda, *Academy of Marketing Science Review*, 10, 2001. Available: <http://www.amsreview.org/articles/palan10-2001.pdf>

PEREIRA, Rita de Cássia F.; ALMEIDA, Stefânia Ordovals de; LAUX, Fabiano Notti. Marketing de Gerações: construção e teste de escala para avaliação da marca de refrigerante Coca-Cola por jovens na fase de transição entre as Gerações X e Y. *Revista Eletrônica de Administração*, ed. 52, 12(4), jul-ago/2006.

PETKUS, E. Jr. Incorporating transformative consumer research into the consumer behavior course experience, **Journal of Marketing Education**, n. 32 v. 3, p. 292-299, 2010.

PILGRIM, L.; NORRIS, J. I.; HACKATHORN, J. Music is awesome: Influences of emotion, personality, and preference on experienced awe. **Journal Consumer Behavior**, 16, 2017, 442-451.

RICHINS, Marsha L. Measuring Emotions in the Consumption Experience, **Journal of Consumer Research**, 24(2), 1997, pp. 127-146.

ROCCAS, Sonia *et al.* The Big Five Personality Factors and Personal Values, **Personality and Social Psychology Bulletin**, 28(6), pp. 789-801.

ROSSI, Carlos Alberto Vargas Rossi et al. Um Estudo Experimental do Conceito de Extensão do *Self*. In: Anais do II Encontro de Marketing da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (EMA 2006). Rio de Janeiro: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), 03-05/05/2006b, CD-ROM.

ROSSI, Carlos Alberto Vargas; HOR-MEYLL, Luis Fernando. Explorando Novas Trilhas na Pesquisa do Consumidor. In: Anais do XXV Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ENANPAD 2001). Campinas: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), 2001, CD-ROM.

RUST, Roland T.; OLIVER, R. L. Should we Delight the Customer, *Journal of The Academy of Marketing*

Sciences, 28(1), 2000, pp. 86-94.

RUST, Roland T.; ZEITHAML, Valarie A.; LEMON, K. N. *O Valor do Cliente*. Porto Alegre: Bookman, 2001.

SCHIFFMAN, Leon; KANUK, Leslie. *Comportamento do Consumidor*. Rio de Janeiro: LTC, 1997.

SCHOUTEN, J. W. Selves in transition: symbolic consumption in personal rites of passage and identity reconstruction. *Journal of Consumer Research*, v. 17, n. 4, p. 412-425, Mar. 1991.

SCHWARTZ, Shalom H.; BARDI, Anat. Value Hierarchies Across Cultures: Taking a similarities perspective, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32(3), 2001, pp. 268-290.

SHETH, Jagdish N.; MITTAL, Banwari; NEWMAN, Bruce I. *Comportamento do Cliente: indo além do comportamento do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2001.

SINGH, J. A Typology of Consumer Dissatisfaction Response Styles, *Journal of Retailing*, 66, 1, 1990, pp. 57-99.

SIRDESHMUKH, Deepak; SINGH, Jagdip; SABOL, Barry. Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges, *Journal of Marketing*, 66(1), 2002, pp. 15-37.

SOLOMON, Michael R. *O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo*. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

TAPP, Alan; WARREN, Stella. Field-capital theory and its implications for marketing. *European Journal of Marketing*, 44(1/2), 2010, 200-222.

TAX, STEPHEN S.; BROWN, Stephen W.; CHANDRASHEKARAN, Murali. Customer Evaluations of Service Complaint Experiences: Implications for relationship marketing, *Journal of Marketing*, 62(2), 1998, pp. 60-76.

VAN RAAIJ, W. Fred. The Psychological Foundation of Economics: The History of Consumer Theory. *Association for Consumer Research*, 1985, pp. 8-13.

VIKAS, R. M.; VARMAN, R.; BELK, R. W. Status, caste, and market in a changing Indian village. **Journal of Consumer Research**, 42(3), 472-498, 2015.

ZALTMAN, Gerald. Consumer Researchers: Take a hike! *Journal of Consumer Research*, 26, 4, 2000, pp. 423-428.

PRINCIPAIS PERIÓDICOS DE MARKETING

1. Journal of Marketing
2. Journal of Marketing Research
3. Journal of Consumer Research
4. Journal of Retailing
5. Journal of the Academy of Marketing Science
6. Marketing Science
7. Harvard Business Review
8. Journal of Business Research
9. Journal of Advertising
10. Journal of Advertising Research
11. Management Science
12. Journal of Personal Selling and Sales Management
13. Advances in Consumer Research Proceedings
14. Journal of Public Policy and Marketing
15. Journal of Marketing Education
16. Psychology and Marketing
17. Sloan Management Review
18. Journal of Business
19. Journal of International Business Studies
20. Industrial Marketing Management
21. Journal of Consumer Marketing
22. California Management Review
23. Business Horizons
24. Journal of International Marketing
25. Journal of Services Marketing
26. International Journal of Research in Marketing
27. Journal of Consumer Psychology
28. Journal of Marketing Theory and Practice
29. AMA Educators' Conference Proceedings
30. European Journal of Marketing
31. Journal of Marketing Management (USA)
32. Journal of Health Care Marketing
33. Decision Sciences
34. Marketing Letters
35. Journal of Product Innovation Management
36. Journal of Business and Industrial Marketing
37. Journal of Global Marketing
38. Marketing Management
39. Journal of Business Ethics
40. Journal of Business Logistics
41. Marketing Education Review

FONTE: <http://www.ams-web.org/displaycommon.cfm?an=1&subarticlenbr=10>

Pesquisar em diversos *Journals*: www.sciencedirect.com
www.scielo.br
www.spell.org.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
--

PROGRAMA DE DISCIPLINA

DISCIPLINA: Gestão da Inovação

PROFESSOR: Gesinaldo Ataíde Cândido, Dr.

CRÉDITOS: 04 **HORAS AULA:** 60 horas

HORÁRIO: segundas-feiras das 08:00 às 12:00 horas

<p>EMENTA: Mudança tecnológica e Inovação; Fatores Fundamentais na Gestão da Inovação; A inovação como um Processo de Gestão; Organizações, Tecnologia e Estruturação; Organizando para a Inovação; Conceitos, Abordagens e Modelos de Gestão da Inovação; Aplicações e adaptações de abordagens e modelos de gestão da inovação no contexto de negócios e de gestão no Brasil; Sistemas Setoriais de Inovação; Inovação e Sustentabilidade; Inovação e Tecnologias Sociais. Políticas Públicas e Transferência Tecnológica; Apreciações críticas acerca dos conceitos, abordagens e modelos da inovação.</p>
--

I - OBJETIVOS

Baseado no conhecimento atual existente sobre base teórica, conceitual e empírica prática do processo de gestão da inovação nas organizações, procura desenvolver nos discentes:

- Um entendimento sobre o processo de inovação tecnológica nas Organizações e sobre a importância de sua administração;
- Uma capacidade para internalizar e discutir as principais abordagens, conceitos e técnicas relacionadas aos mecanismos de gestão da inovação nas Organizações;
- Uma habilidade crítica capaz de analisar os conceitos, abordagens e modelos de Gestão da Inovação, assim como as suas possibilidades de adaptação a contextos diversos.

II – CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

SESSÃO	DATA	TÓPICO
1		Apresentação da disciplina: objetivos, programa, metodologia, avaliação, etc;
2		GESTÃO PARA A INOVAÇÃO <ul style="list-style-type: none"> • Fatores Fundamentais na Gestão da Inovação;

		<ul style="list-style-type: none"> • A inovação como um Processo de Gestão <p>Conteúdo referente à Parte I do livro: Tidd, J., Bessant, J., Bessant, K. Gestão da Inovação. Porto Alegre: Bookman, 2008. Pág. 21 a 120</p>
3		<p style="text-align: center;">GESTÃO PARA A INOVAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizações, Tecnologia e Estruturação <p>Conteúdo referente à bibliografia: Roberts, K. H., Grabowski, M. Organizações, Tecnologia e Estrutura. In: Clegg, S. R., Hardy, C., Nord, W. R. Handbook de Estudos Organizacionais. V. 3. São Paulo: Atlas, 2004. Pp. 313-336</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizando para a Inovação <p>Conteúdo referente à bibliografia: Dougherty, D. Organizando para a Inovação. In: Clegg, S. R., Hardy, C., Nord, W. R. Handbook de Estudos Organizacionais. V. 3. São Paulo: Atlas, 2004. Pp. 337-360</p>
4		<p style="text-align: center;">BASE TEÓRICA E CONCEITUAL DA GESTÃO DA INOVAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> • A inovação como processo de gestão: análise crítica da literatura <p>Conteúdo referente à capítulo específico do livro: Proença, A., Lacerda, D. P., Antunes Júnior, J. A., Távora Júnior, J. L., Salerno, M. S. Gestão Inovação e Competitividade no Brasil: da teoria à prática. Porto Alegre: Bookman, 2015.</p>
5		<p style="text-align: center;">ABORDAGENS E ENFOQUES DE GESTÃO INOVAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diffusion of Innovations • Inovação: o processo de seleção e tomada de decisão / as razões para inovar <p>Conteúdo referente às Bibliografias: Rogers, E. M. Diffusion of Inovations. New York, USA: The Free Press. 1995. Tidd, J., Bessant, J. Gestão da Inovação. Porto Alegre: Bookman, 2015, pp. 311 – 380.</p>
6		<p style="text-align: center;">ABORDAGENS E ENFOQUES DE GESTÃO INOVAÇÃO</p> <p>Gerenciando mercados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avaliando mercados futuros para novas tecnologias;

		<ul style="list-style-type: none"> • Estratégia de tecnologias em cenários de mercados difusos. <p>Conteúdo referente aos capítulos 6 e 7 do livro:</p> <p>Day, George; Shoemaker, P. J., Gunther, Robert E. Gestão de Tecnologias Emergentes. Porto Alegre: Bookman, 2003.</p>
7		<p>ABORDAGENS E ENFOQUES DE GESTÃO INOVAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresa Inovadora: teoria, conceitos e métricas. • Sistema Corporativo de Inovação. <p>Conteúdo referente às bibliografias:</p> <p>Paranhos, J. Hasenclever, L. Empresa Inovadora: teoria, conceitos e métricas. In: Rapinni, M. S Ruffoni, J., Silva, L. A., Albuquerque, E. M. Economia da Ciência, Tecnologia e Inovação: fundamentos teóricos e a economia global. Belo Horizonte: FACE-UFMG, 2021.</p> <p>Proença, A., Lacerda, D. P., Antunes Júnior, J. A., Távora Júnior, J. L., Salerno, M. S. Gestão Inovação e Competitividade no Brasil: da teoria a prática. Porto Alegre: Bookman, 2015.</p>
8		<p>ABORDAGENS E ENFOQUES PRAGMÁTICOS NA GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • As regras da inovação: como gerenciar, como medir e como lucrar. • Inovação para o Crescimento: ferramentas para incentivar e administrar a inovação <p>Conteúdo referente às bibliografias:</p> <p>Davila, T., Epstein, M. C., Shelton, R. As regras da inovação: como gerenciar, como medir e como lucrar. Porto Alegre: Bookman, Wharton School Publishing. 2007.</p> <p>Anthony, S. D., Johnson, M. W., Sinfield, J. V., Altman, E. J. Inovação para o Crescimento: guia prático e funcional. São Paulo: m.Books, 2011.</p>
9		<p>ABORDAGENS E ENFOQUES PRAGMÁTICOS NA GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inovação em Modelos de Negócios <p>Conteúdo referente à bibliografia:</p> <p>Osterwalder, A., Pigneur, Y. Business Model Generation. Rio de Janeiro: Alta Books Editora, 2011.</p>

9		<p>ABORDAGENS E ENFOQUES PRAGMÁTICOS NA GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design Science e design science research: um passo adiante no sentido da pesquisa científica voltada à inovação. <p>Proença, A., Lacerda, D. P., Antunes Júnior, J. A., Távora Júnior, J. L., Salerno, M. S. Gestão Inovação e Competitividade no Brasil: da teoria à prática. Porto Alegre: Bookman, 2015.</p>
10		<p>ABORDAGENS E ENFOQUES DE GESTÃO INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NA PERSPECTIVA DA SUSTENTABILIDADE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inovação para o crescimento e a sustentabilidade; • Empreendedorismo social e inovação. <p>Conteúdo referente aos capítulos 10 e 9 do livro:</p> <p>Bessant, J., Tidd, J. Inovação e Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2009.</p>
11		<p>ABORDAGENS E ENFOQUES DE GESTÃO INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NA PERSPECTIVA DA SUSTENTABILIDADE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inovação e Sustentabilidade • Inovação para o Desenvolvimento Sustentável <p>Conteúdo referente às referências bibliográficas:</p> <p>Barbieri, J. C., Vasconcelos, I. F. G. V., Andreassi, T., Vasconcelos, F. C. Inovação e Sustentabilidade: novos modelos e proposições. RAE. São Paulo. V. 50, n. 2 2010, 146-154.</p> <p>Silvestre, B. S., Tirca, D. M. Innovations for sustainable development. Journal of Cleaner Production. 208 (2019). 325-332.</p>
12		<p>INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E O PAPEL DAS POLÍTICAS PÚBLICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inovação Tecnológica no Brasil: desafios e insumos para políticas públicas <p>Conteúdo referente ao artigo:</p> <p>Leal, C. I. S., Figueiredo, P. N. Inovação Tecnológica no Brasil: desafios e insumos para políticas públicas. In: RAP – FGV, 55 (3) 512 – 537.</p>
		<p>Universidades – Empresas: Interação e Transferências Tecnológicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universidade: Trajetória e papel no progresso tecnológico; • As relações Universidade – Empresas;

13		<ul style="list-style-type: none"> • A contribuição das Universidades e Institutos de Pesquisa para o sistema de inovação brasileiro; <p>Conteúdo referente aos artigos:</p> <p>Ruffoni, J., Melo, A. A., Spricigo, G. Universidade: trajetória e papel no progresso tecnológico. In: Rapinni, M. S Ruffoni, J., Silva, L. A., Albuquerque, E. M. Economia da Ciência, Tecnologia e Inovação: fundamentos teóricos e a economia global. Belo Horizonte: FACE-UFMG, 2021.</p> <p>Garcia, R., Suzigan, W. A relações Universidade – Empresa. In: Textos para Discussão: Campinas: Unicamp – IE. N. 405, 2021</p> <p>Rapini, M. S., Fernandes, A. C. Suzigan, W., Domingues, E. P. In: https://www.researchgate.net/publication/2556124110</p>
14		<p>PERSPECTIVAS DE ESTUDOS E PESQUISAS EM GESTÃO DA INOVAÇÃO E TECNOLOGIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Future Innovations in Science and Technology” • “The Future of Innovations Research” • “Research on Innovation at the Beginning of the 21st Century: What Do We Know About It” <p>Conteúdo referente a capítulos específicos do livro:</p> <p>Shavinina, L. V. The International Handbook on Innovation. New Jersey, USA: Elsevier, Science, pp. 1073-1093, 1094-1100, 1103-1112</p>
15		<p>Conclusão da disciplina e encaminhamentos para realização de trabalhos científicos, através da elaboração de artigos, elaboração e/ou participação em projetos de pesquisa.</p>

III - MÉTODO

De forma geral, o método de ensino compreende a apresentação do texto, o posicionamento crítico e o debate amplo. As aulas serão desenvolvidas por meio de seminários, apresentados pelos discentes e, eventualmente, pelo professor. Para as atividades pertinentes (apresentação e posicionamento), os (as) discentes poderão escolher os conteúdos dos seminários a serem apresentados.

Para cada um dos textos indicados na referência bibliográfica da sessão, o (a) discente deve: (i) estar preparado para apresentar suas linhas gerais e ideias centrais; (ii) trazer por escrito em no máximo duas páginas (letra Times New Roman, tamanho 12, espaço simples, margens padrão) seu posicionamento crítico; e (iii) participar ativamente dos debates com os demais participantes do curso, ressaltando os pontos marcantes. Durante cada sessão, o docente responsável pelo curso fará intervenções com o intuito de reforçar pontos que considere importantes e/ou clarificar certas questões relevantes do assunto.

A participação dos alunos de forma que enriqueça a discussão promovida em sala de aula será valorizada, de forma que seja criado um ambiente de respeito e colaboração entre os participantes de forma que as condições para a boa aprendizagem.

IV - AVALIAÇÃO

A avaliação será realizada de forma equitativa com base em: (i) apresentação de seminários referente ao conteúdo temático de cada sessão da disciplina (ii) adequação da apresentação dos textos, qualidade do posicionamento crítico individual, participação nos debates, e pontualidade e assiduidade; e (iii) a proposta de artigo acadêmico em grupo de até dois mestrados e individual para os doutorandos, que deverá ser entregue e apresentado em um prazo de 15 (quinze) dias após a última sessão da disciplina.

A temática do artigo acadêmico é decisão do aluno (individual ou em grupo), que levará em consideração os limites acadêmicos da disciplina. Se desejável, pode-se dar continuidade ao trabalho cuja parte teórica foi preliminarmente desenvolvida na disciplina.

A qualidade do trabalho deve ser profissional e suficiente para submissão em encontro acadêmico de bom nível. A apresentação será em 20 minutos, com 10 minutos para perguntas, devendo contar com a participação de todos integrantes dos grupos. Cada grupo será responsável pela distribuição das cópias dos slides a serem apresentados para todos os alunos.

O artigo acadêmico será avaliado com base nos seguintes critérios: (i) Clareza, pertinência e consecução dos objetivos; (ii) Qualidade da redação e organização do texto (ortografia, gramática, clareza, objetividade e estrutura formal); (iii) Qualidade da revisão da literatura; (iv) Consistência teórica do trabalho; (v) Conclusões (fundamento, coerência e alcance); e (vi) Contribuição do trabalho para o conhecimento em administração. O trabalho deve ter entre 10 e 16 páginas e poderá contar com a participação dos respectivos orientadores dos participantes.

O professor estará disponível para orientação dos artigos com hora previamente marcada, em seus ambientes na sala ___ da PPGA/CCSA/UFPB ou via e-mail (gacandido@uol.com.br / gacandido01@gmail.com)

V – BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

Turma: SPPGA0264 - INFORMÁTICA COMUNITÁRIA E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL - Turma: 01 (2022.2)

Carga Horária: 60h

Horário: quintas-feiras, 14h-18h

Ementa:

Alfabetização, aceitação, adoção e uso de tecnologias de informação e comunicação. Tecnologias stand-alone, online, responsivas, interativas e colaborativas. Inclusão, igualdade, efetividade e transformação na sociedade digital. Digitização, digitalização e transformação digital. Tecnologias de informação e comunicação para acesso à informação, conscientização individual, formação de competências, empoderamento comunitário, melhoria organizacional e desenvolvimento regional. Impacto das políticas públicas, núcleo familiar e atitudes pessoais no desenvolvimento de limitações e competências digitais de indivíduos e grupos.

Encontro 1: introdução à disciplina

Apresentação da disciplina, professor e alunos.

Encontros 2 e 3: abordagem sociotécnica e diamante de Leavitt

Baxter, G., & Sommerville, I. (2011). Socio-technical systems: From design methods to systems engineering. **Interacting with Computers**, 23, 4-17.

Leavitt, H.J. (1965). Applied organizational change in industry: Structural, technological and humanistic approaches. In: March, J.G. (Ed.). **Handbook of organizations**, 1144-70. Chicago, IL, USA: Rand McNally.

Mumford, E. (2006). The story of socio-technical design: Reflections on its successes, failures and potential. **Information Systems Journal**, 16, 317-342.

Thakur, S. (2013). **A look at the components of Leavitt's diamond**. Disponível em: <https://www.brighthubpm.com/change-management/122495-a-look-at-the-components-of-leavitts-diamond/>

Trist, E., & Murray, H. (Eds.). (1993). **The social engagement of social science: A Tavistock anthology. Volume II: The socio-technical perspective**. Philadelphia, PA, USA: University of Pennsylvania Press.

Artigos do professor no tema:

Bellini, C.G.P., Pereira, R.C.F., & Becker, J.L. (2020). Emergent customer team performance and effectiveness: An ex-post-facto study on cognition and behavior in enterprise systems implementation. **Communications of the AIS**, 47, 550-582.

Bellini, C.G.P., Pereira, R.C.F., & Becker, J.L. (2016). Organizational structure and enterprise systems implementation: Theoretical measures and a benchmark for customer teams. **Information Technology & People**, 29(3), 527–555. [Emerald Literati Award]

Bellini, C.G.P., Pereira, R.C.F., & Becker, J.L. (2012). Customer team effectiveness through people traits in information systems development. **International Journal of Human Capital & Information Technology Professionals**, 3(3), 54–78.

De Moura, Jr., P.J., Bellini, C.G.P., & Pereira, R.C.F. (2015). Cognition, behavior and structure of customer teams in enterprise systems implementation: A comparative study. **Journal of Global Information Technology Management**, 18(4), 271–291.

Encontros 4 e 5: design science

Gregor, S., & Hevner, A. R. (2013). Positioning and presenting design science research for maximum impact. **MIS Quarterly**, 37(2), 337-355.

Edição especial da BAR no tema: <https://bar.anpad.org.br/index.php/bar/issue/view/59>

Encontros 6 e 7: teoria sociocognitiva, autoeficácia com computadores

Bandura, A. (1988). Organizational application of social cognitive theory. **Australian Journal of Management**, 13(2), 275-302.

Wood, R., & Bandura, A. (1989). Social cognitive theory of organizational management. **Academy of Management Review**, 14(3), 361-384.

Artigos do professor no tema:

Bellini, C.G.P., Isoni Filho, M.M., De Moura, Jr., P.J., & Pereira, R.C.F. (2016). Self-efficacy and anxiety of digital natives in face of compulsory computer-mediated tasks: A study about digital capabilities and limitations. **Computers in Human Behavior**, 59(1), 49-57.

Bellini, C.G.P., Palvia, P., Moreno, Jr., V.A., Jacks, T., & Graeml, A.R. (2019). Should I stay or should I go? A study of IT professionals during a national crisis. **Information Technology & People**, 32(6), 1472-1495.

Bellini, C.G.P., & Serpa, M.L. (2018). Mirror, mirror on the wall: An experiment on feedback and overconfidence in computer-mediated tasks. **Proceedings of the 24th Americas Conference on Information Systems**. New Orleans, LA, USA, August 16–18.

Encontros 8, 9 e 10: uso, adoção, aceitação da tecnologia

Burton-Jones, A., Stein, M., & Mishra, A. (2017). IS use. In: Ashley Bush, & Arun Rai (Eds.), **MIS Quarterly Research Curations**, <http://misq.org/research-curations>

Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2019). Re-examining the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): Towards a revised theoretical model. **Information Systems Frontiers**, 21, 719-734.

Serenko, A., & Turel, O. (2019). A dual-attitude model of system use: The effect of explicit and implicit attitudes. **Information & Management**, 56(5), 657-668.

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. **Journal of the AIS**, 17(5), 328-376.

Leituras complementares:

Al-Natour, S., & Benbasat, I. (2009). The adoption and use of IT artifacts: A new interaction-centric model for the study of user-artifact relationships. **Journal of the AIS**, 10(9), 661-685.

Bagozzi, R.P. (2007). The legacy of the technology acceptance model and a proposal for a paradigm shift. **Journal of the AIS**, 8(4), 244-254.

Benbasat, I., & Barki, H. (2007). Quo vadis, TAM? **Journal of the AIS**, 8(4), 211-218.

Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and end user acceptance of information technology. **MIS Quarterly**, 13(3), 318-339.

Goodhue, D.L. (2007). Comment on Benbasat and Barki's "Quo Vadis TAM" article. **Journal of the AIS**, 8(4), 219-222.

Hirshheim, R. (2007). Introduction to the special issue on "Quo Vadis TAM – Issues and Reflections on Technology Acceptance Research". **Journal of the AIS**, 8(4), 203-205.

Lee, Y., Kozar, K.A., & Larsen, K.R.T. (2003). The technology acceptance model: Past, present, and future. **Communications of the AIS**, 752-780.

Silva, L. (2007). Post-positivist review of technology acceptance model. **Journal of the AIS**, 8(4), 255-266.

Straub Jr., D.W., & Burton-Jones, A. (2007). Veni, vidi, vici: Breaking the TAM logjam. **Journal of the AIS**, 8(4), 223-229.

Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. **MIS Quarterly**, 27(3), 425-478.

Venkatesh, V., Thong, J.Y.L., Chan, F.K.Y., Hu, P.J.-H., & Brown, S.A. (2011). Extending the two-stage information systems continuance model: Incorporating UTAUT predictors and the role of context. **Information Systems Journal**, 21(6), 527-555.

Venkatesh, V., Thong, J.Y.L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. **MIS Quarterly**, 36(1), 157-178.

Gurstein, M. (2003). Effective use: A community informatics strategy beyond the digital divide. **First Monday**, 8(12).

Bellini, C.G.P. (2018). The ABCs of effectiveness in the digital society. **Communications of the ACM**, 61(7), 84-91.

Mehta, N., N., Chauhan, S., & Kaur, I. (2021). Extending the story of IS success: A meta-analytic investigation of contingency factors at individual and organisational levels. **European Journal of Information Systems**, ahead-of-print.

Encontros 13 e 14: inteligência e sabedoria artificial

IBM Project Debater:

Slonim, N., et al. (2021). An autonomous debating system. **Nature**, 591, 379-384.

<https://www.youtube.com/watch?v=m3u-1yttrVw>

https://www.youtube.com/watch?v=3_yy0dnlc58

Introdução:

Hao, K. (2020). Members are making deepfakes, and things are getting weird. **MIT Technology Review**. Disponível em <https://www.technologyreview.com/2020/08/28/1007746/ai-deepfakes-memes/> (acesso em 25/06/2022).

Johnson, K. (2022). LaMDA and the sentient AI trap. **Wired**, June 14. <https://www.wired.com/story/lamda-sentient-ai-bias-google-blake-lemoine/> (acesso em 28/06/2022).

Joy, B. (2000). Why the future doesn't need us. **Wired**, April 1. Disponível em <https://www.wired.com/2000/04/joy-2/> (acesso em 28/06/2022).

Amershi, S., et al. (2019). Guidelines for human-AI interaction. **Proceedings of the ACM CHI Conference on Human Factors in Computing Systems**. Glasgow, Scotland, May 4-9.

Awad, E., DSouza, S., Bonnefon, J.-F., Shariff, A., & Rahwan, I. (2020). Crowdsourcing moral machines. **Communications of the ACM**, 63(3), 48-55.

Buiten, C. M. (2019). Towards intelligent regulation of artificial intelligence. **European Journal of Risk Regulation**, 10(1), 41-59.

Kim, T. W., & Mejia, S. (2019). From artificial intelligence to artificial wisdom: What Socrates teaches us. **Computer**, 52, 70-74. <https://doi.ieeecomputersociety.org/10.1109/MC.2019.2929723>

Engler, A. (2019). **Fighting deepfakes when detection fails**. Washington, DC: Brookings. Disponível em <https://www.brookings.edu/research/fighting-deepfakes-when-detection-fails> (acesso em 25/06/2022).

Fletcher, J. (2018). Deepfakes, artificial intelligence, and some kind of dystopia: The new faces of online post-fact performance. **Theatre Journal**, 70(4), 455-471.

Jeste, D., Graham, S., Nguyen, T., Depp, C., Lee, E., & Kim, H. (2020). Beyond artificial intelligence: Exploring artificial wisdom. **International Psychogeriatrics**, 32(8), 993-1001.

Jobin, A., Ienca, M., & Vayena, E. (2019). The global landscape of AI ethics guidelines. **Nature Machine Intelligence**, 1, 389-399.

Sevilla, D. C. (2013). The quest for artificial wisdom. **AI & Society**, 28, 199-207.

Tsai, C.-H. (2020). Artificial wisdom: A philosophical framework. **AI & Society**, 35, 937-944.

Encontro 15: indústria 4.0

China Daily. (2018). AI seen as driving force in industry 4.0. <http://www.chinadaily.com.cn/a/201804/27/WS5ae29547a3105cdf651ae80.html>

Grossman, R. (2016, March 21). The industries that are being disrupted the most by digital. **Harvard Business Review**.

Nascimento, A. M., & Bellini, C. G. P. (2018). Artificial intelligence and industry 4.0: The next frontier in organizations. **Brazilian Administration Review**, 15(4).

Hermann, M., Pentek, T., & Otto, B. (2016). Design principles for industrie 4.0 scenarios. **Proceedings of the 49th HICSS**, IEEE, Koloa, HI.

Ghobakhloo, M. (2018). The future of manufacturing industry: A strategic roadmap toward Industry 4.0. **Journal of Manufacturing Technology Management**, 29(6), 910-936.

Kazancoglu, Y., Ozkan-Ozen, Y. (2018). Analyzing workforce 4.0 in the fourth industrial revolution and proposing a road map from operations management perspective with fuzzy DEMATEL. **Journal of Enterprise Information Management**, 31(6), 891-907.

Lee, J., Davari, H., Singh, J., & Pandhare, V. (2018). Industrial artificial intelligence for industry 4.0-based manufacturing systems. **Manufacturing Letters**, 18, 20-23.



Universidade Federal da Paraíba – UFPB
Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA
Programa de Pós-Graduação em Administração – PPGA

PLANO DE ENSINO DA DISCIPLINA

LINGUAGEM E ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO EM ORGANIZAÇÕES

Professor: Dr. Samir Adamoglu de Oliveira	Contatos: profsamir.adm@gmail.com / samir.oliveira@academico.ufpb.br
Créditos/Nº Aulas: 4 créditos / 60 horas-aula (15 encontros)	Dia e horário: Quinta-feira, das 14:00 às 18:00

Ementa:

FUNDAMENTOS

Concepções de linguagem e realidade. Virada linguístico-pragmática na Filosofia e suas implicações para as Ciências Humanas e Sociais. Origens históricas da Comunicação Organizacional. Concepções para a relação comunicação x organização. Evolução da área de conhecimento. Perspectivas de análise da Comunicação Organizacional. Abordagens funcionalista, interpretativista, crítica e contemporânea da Comunicação Organizacional. Debates temáticos sobre comunicação e análise organizacional.

TEMAS

Comunicação Organizacional, instituições sociais e práticas discursivas. Discurso, (inter)textualidade e agenciamento nas organizações. Narrativas e retórica nas organizações. Comunicação e cultura organizacional. Comunicação e mudança organizacional. Comunicação Organizacional e inovação. Comunicação e estratégia organizacional. Mídia. Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). Processos comunicacionais organizativos (*organizing*). Processos comunicacionais de produção e atribuição de sentido e significado (*sensemaking / sensegiving*) nas organizações.

Apresentação:

A partir da dita virada linguístico-pragmática ocorrida em meados do século XX, a linguagem foi alçada à condição de problemática central da Filosofia Contemporânea, impactando, conseqüentemente, a atividade científica. Mais do que algo circunscrito à questões reflexivas do pensamento humano, a linguagem enquanto prática social se realiza mediante a comunicação – em instâncias tanto verbais quanto não verbais –, passando a figurar como constituinte da realidade, em contextos organizados da vida social cotidiana. Com efeito, as implicações dessa reviravolta filosófica foram/são sentidas em distintos campos científicos, a exemplo das Ciências Sociais Aplicadas, adentrando o estudo das organizações e da gestão, na Administração.

A disciplina tem como o objetivo geral contribuir para o desenvolvimento do universo conceitual, da capacidade analítica e da perspectiva dos participantes acerca do papel da linguagem e da comunicação no âmbito da gestão e das relações intra- e interorganizacionais, sob enfoque majoritariamente sociolinguístico, com ênfase em questões hermenêuticas e pragmáticas. Em suma: compreender a linguagem em uso (e seus efeitos), socialmente praticada enquanto ação situada no contexto das organizações – leia-se, a comunicação nas organizações.

Preende-se, por meio da disciplina, oportunizar a reflexão discente sobre a importância e o potencial de se analisar as organizações e as problemáticas da gestão mediante um prisma comunicacional que enfatize a centralidade da linguagem como constitutiva da realidade social. Ao final da disciplina, espera-se que os(as) discentes desenvolvam as seguintes competências:

- Conhecer os fundamentos dos estudos em Comunicação Organizacional;
- Conhecer e discutir as principais abordagens que marcam os estudos em Comunicação Organizacional, bem como os temas / tópicos / categorias relevantes para a análise comunicacional das organizações e da gestão, na Administração;
- Conhecer as tendências atuais dos estudos em Comunicação Organizacional angariando, assim, uma visão contemporânea acerca dos desenvolvimentos (vigentes e também latentes) deste campo de pesquisa versado ao estudo das organizações e da gestão, na Administração.

UNIDADE	OBJETIVO	CONTEÚDO
I	Conhecer os fundamentos dos estudos em Comunicação Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Filosofia da Linguagem <ul style="list-style-type: none"> ▪ Linguagem, realidade social e o problema da representação ▪ Virada Linguístico-Pragmática e suas repercussões nas Humanidades e nas Ciências Sociais - Natureza ontológica, epistemológica e multiparadigmática dos estudos em Comunicação Organizacional - Relação 'Comunicação x Organização'
II	Conhecer e discutir as principais abordagens que marcam os estudos em Comunicação Organizacional, bem como os temas / tópicos / categorias relevantes para a análise comunicacional das organizações e da gestão, na Administração	<ul style="list-style-type: none"> - Relação 'Comunicação x Organização' - Abordagem Funcionalista <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistemas, funções e instrumentalidade da comunicação - Abordagens Interpretativas <ul style="list-style-type: none"> ▪ Significados, interações e interpretação - Abordagem Crítica <ul style="list-style-type: none"> ▪ Relações de poder, controle e conflito - Abordagem Pós-Moderna <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pluralidade, fragmentação, heterogeneidade e complexidade
III	Conhecer as tendências atuais dos estudos em Comunicação Organizacional angariando, assim, uma visão contemporânea acerca dos desenvolvimentos (vigentes e também latentes) deste campo de pesquisa versado ao estudo das organizações e da gestão, na Administração	<ul style="list-style-type: none"> - Discurso, (Inter)Textualidade e Agência - Narrativas - Retórica - Sentidos e Significados - Simbolismo e Cultura Organizacional - Tecnologias da Informação e Comunicação [TICs] - Inovação nas Organizações - Mudança Organizacional - Estratégia Organizacional

Dinâmica Metodológica:

O curso será desenvolvido por meio de aulas expositivas dialógicas, discussão de textos, realização de seminários dinâmicos com papéis pré-definidos para os(as) discentes participantes da disciplina, estudos dirigidos, elaboração de mapas conceituais, resumos, relatos de experiência, fórum de debates, e outras metodologias de ensino ativas que, porventura, ocorram ao docente fazer uso, com propósito pedagógico específico. Em alguns encontros poder-se-á contar com a contribuição de professores convidados, os quais discutirão temas alinhados aos seus respectivos interesses de pesquisa.

Nas aulas expositivas, o docente responsável pela disciplina destacará os temas centrais dos textos selecionados para discussão. Caberá ao docente, também, estimular e mediar os debates, além de esclarecer pontos obscuros e expor temáticas tangenciais e complementares aos assuntos abordados.

Para garantir a reflexão dos conteúdos e um debate enriquecedor, **os(as) discentes devem realizar previamente as leituras 'Obrigatórias' indicadas, e preparar as atividades programadas para o encontro, seguindo instrução do docente; estas atividades programadas constam descritas no quadro intitulado 'Método de Ensino / Atividade Programada' do conteúdo programático de cada encontro da disciplina.** As leituras taxadas como 'Complementares' e 'Para Saber Mais' são incentivadas a serem feitas, mas não possuem caráter mandatório – excetuando-se o caso das equipes responsáveis por apresentar o Seminário previsto para aquele Encontro, pois, estas deverão trabalhar, em suas exposições, tanto as leituras 'Obrigatórias' quanto as 'Complementares'. As leituras devem ser feitas seguindo a ordenação/sequência indicada no conteúdo programático de cada encontro da disciplina.

Avaliação:

A avaliação será um processo contínuo, visando analisar o desempenho do(a) discente ao longo da disciplina. O processo abrange os seguintes critérios:

*Participação discente:

- atenção na exposição;
- envolvimento no processo de aprendizagem.

* Utilização de conhecimentos teóricos para apoiar seus argumentos

* Capacidade de estabelecer relações causais

* Capacidade de contextualização de conceitos

* Capacidade de expressão oral e escrita

* Capacidade de reflexão em ação e sobre a ação (relato de experiência)

Para a determinação do conceito final da disciplina, serão considerados os seguintes critérios e seus respectivos pesos na avaliação:

Crítérios	Peso
Presença em aula e participação, contribuindo para os debates	2
Verificação de leitura e atividades demandadas nos Encontros – vide resumos/ <i>position papers</i> , a serem produzidos individualmente ou em grupo – que sejam indicadas no transcorrer da disciplina	2
Realização de atividades programadas ¹ [em sala, e/ou por envio pelo Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas (SIGAA) da UFPB]	2,5
Trabalho final da disciplina	3,5

Com efeito, o conceito final de cada discente será calculado a partir da seguinte fórmula:

Nota Final = {[2 x (Nota Presença e Participação)] + [2 x (Verificação de Leitura)] + [2,5 x (Atividades Programadas)] + [3,5 x (Trabalho Final)]} / 10

¹ Para cada uma das atividades, será apresentado um roteiro – com antecedência razoável – com todas as instruções e procedimentos para a sua realização.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO ²

LINGUAGEM E ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO EM ORGANIZAÇÕES	
Professor: Dr. Samir Adamoglu de Oliveira	Contatos: profsamir.adm@gmail.com / samir.oliveira@academico.ufpb.br
Créditos/Nº Aulas: 4 créditos/ 60 horas-aula (15 encontros)	Dia e horário: Quinta-feira, das 14:00 às 18:00

Encontro 1	Unidade: I
Apresentação da disciplina e alinhamento sobre a sua operacionalização	
Tema: Considerações Iniciais Sobre Linguagem, Realidade Social/Organizacional e Comunicação	
Referências da aula	
<u>Obrigatórias:</u>	
1) MARCONDES, D. Textos básicos de linguagem: de Platão a Foucault. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009. ('Apresentação', p. 9-11)	
2) GABRIEL, Y. Language. In: GABRIEL, Y. Organizing words: a critical thesaurus for social and organization studies. England: Oxford University Press, 2009. p. 156-158.	
3) GABRIEL, Y. Communication. In: GABRIEL, Y. Organizing words: a critical thesaurus for social and organization studies. England: Oxford University Press, 2009. p. 40-41.	
4) MUSSON, G.; COHEN, L. Understanding language processes: a neglected skill in the management curriculum. Management Learning , v. 30, n. 1, p. 27-42, 1999.	
<u>Para saber mais:</u>	
BRADFORD, J. H. Communication, language and the emergence of social orders. In: DAHMS, H. F.; HAZELRIGG, L. (Ed.). Current Perspectives in Social Theory – Theorizing Modern Society as a Dynamic Process (Emerald Book Series), v. 30, p. 99-149, 2012.	
HERDER, Johann Gottfried. Ensaio sobre a origem da linguagem. Tradução de José M. Justo. Lisboa, Portugal: Edições Antígona, 1987.	
HINDRIKS, F. Language and society. In: JARVIE, I. C.; ZAMORA-BONILLA, J. (Ed.). The SAGE handbook of the philosophy of social sciences. 1. ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2011. p. 137-152.	
HILL, J. H.; MANNHEIM, B. Language and world view. Annual Review of Anthropology , v. 21, p. 381-406, 1992.	
LIVINGSTON, P. Naturalism, conventionalism and forms of life: Wittgenstein and the "Cratylus". Nordic Wittgenstein Review , v. 4, n. 2, p. 7-38, 2015.	
MARTINO, L. C. De qual comunicação estamos falando? In: HOHFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (Org.). Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. 14. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014. p. 11-25.	
MURPHY, S. A.; O'BRIEN, A. N. Listening above the din: the potential of language in organizational research. International Journal of Qualitative Methods , v. 5, n. 2, p. 87-110, 2006.	
NIETZSCHE, F. Sobre verdade e mentira no sentido extramoral. São Paulo: Hedra, 2008.	
PLATÃO. Crátilo – ou sobre a correção dos nomes. 1. ed. trad. Celso de Oliveira Vieira. São Paulo: Paulus, 2014.	
ROUSSEAU, J-J. Ensaio sobre a origem das línguas. 3. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2008.	
Método de Ensino / Atividade Programada	
<ul style="list-style-type: none"> • Aula expositiva (dialogada) tomando por base as leituras rotuladas como 'Obrigatórias'. 	

Encontro 2	Unidade: I
-------------------	-------------------

² O cronograma dos Encontros, bem como a ordem de algumas leituras (e mesmo a realização de algumas das atividades previstas) poderá sofrer alterações de acordo com a dinâmica de trabalho, e com o perfil da turma.

<p>Tema: A Linguagem como um Problema Filosófico (I): Representação e Constituição</p>
<p>Referências da aula</p> <p><u>Obrigatórias:</u></p> <p>1) MATTAR NETO, João Augusto. Filosofia e ética na Administração. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. ('Capítulo "3. Filosofia da Linguagem"', p. 97-159)</p> <p>2) BASTOS, C. L.; CANDIOTTO, K. B. B. Filosofia da linguagem. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. ('Capítulo 1', p. 13-50)</p> <p>3) ARAÚJO, I. L. Do signo ao discurso: introdução à filosofia da linguagem. São Paulo: Parábola Editorial, 2004a. ('Introdução', p. 9-18)</p> <p><u>Para saber mais:</u></p> <p>ARONOFF, M.; REES-MILLER, J. (Ed.). The handbook of linguistics. 2. ed. Malden: Blackwell Publishing, 2017.</p> <p>AUROUX, S. A filosofia da linguagem. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1998. ('Introdução', p. 11-28)</p> <p>CABRERA, J. Margens das filosofias da linguagem: conflitos e aproximações entre analíticas, hermenêuticas, fenomenologias e metacríticas da linguagem. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2003.</p> <p>EVERETT, Daniel L. Linguagem: a história da maior invenção da humanidade. São Paulo: Contexto, 2019.</p> <p>GRANGER, G-G. Filosofia, linguagem, ciência. Aparecida, SP: Editora Ideias & Letras, 2013.</p> <p>LEE, B. (Ed.). Philosophy of language: the key thinkers. London: Continuum International Publishing Group, 2011.</p> <p>LEPORE, E.; SMITH, B. C. (Ed.). The Oxford handbook of philosophy of language. 1. ed. England: Oxford University Press, 2008.</p> <p>MARCONDES, D. Filosofia analítica. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.</p> <p>RUSSELL, G.; FARA, D. G. (Ed.). The Routledge companion to philosophy of language. London: Routledge, 2012.</p> <p>SAUSSURE, F. Curso de linguística geral. São Paulo: Editora Cultrix, 2006.</p> <p>TALLERMAN, M.; GIBSON, K. R. (Ed.) The Oxford handbook of language evolution. England: Oxford University Press, 2012.</p>
<p>Método de Ensino / Atividade Programada</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aula expositiva (dialogada) tomando por base as leituras rotuladas como 'Obrigatórias'.

Encontro 3	Unidade: I
<p>Tema: A Linguagem como um Problema Filosófico (II): a Virada Linguístico-Pragmática</p>	
<p>Referências da aula</p> <p><u>Obrigatórias:</u></p> <p>1) OLIVEIRA, M. A. Reviravolta lingüístico-pragmática na filosofia contemporânea. 3. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2006. ('Introdução', p. 11-14)</p> <p>2) ARAÚJO, I. L. Do signo ao discurso: introdução à filosofia da linguagem. São Paulo: Parábola Editorial, 2004a. ('Capítulo 1', p. 19-56; 'Capítulo 3', p. 99-123; 128-142; e 'Capítulo 5', p. 201-215)</p> <p>3) ALVESSON, M.; KÄRREMAN, D. Taking the linguistic turn in organizational research: challenges, responses, consequences. The Journal of Applied Behavioral Science, v. 36, n. 2, p. 136-158, 2000a.</p> <p>4) BERTI, Marco. Elgar introduction to organizational discourse analysis. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2017. ('Chapter 1. Language and organization', p. 1-19)</p> <p><u>Para saber mais:</u></p> <p>ALLAN, K.; JASZCZOLT, K. M. (Ed.). The Cambridge handbook of pragmatics. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.</p> <p>ARAÚJO, I. L. A natureza do conhecimento após a virada lingüístico-pragmática. Revista de Filosofia Aurora, Curitiba, v. 16, n. 18, p. 103-137, 2004b.</p> <p>AUSTIN, J. L. Quando dizer é fazer: palavras e ação. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990.</p> <p>BERNSTEIN, R. J. The pragmatic turn. Cambridge, UK: Polity Press, 2010.</p> <p>FERRARO, F.; PFEFFER, J.; SUTTON, R. I. Economics language and assumptions: how theories can become self-fulfilling. Academy of Management Review, v. 30, n. 1, p. 8-24, 2005.</p>	

- GODÓI, E.; RIBEIRO, A. A contribuição das ciências da linguagem para o estudo da comunicação organizacional. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas – volume 2**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 159-188.
- GUERREIRO, M. A. L. **O dizível e o indizível: filosofia da linguagem**. Campinas, SP: Papyrus, 1989.
- LLAMAS, C.; MULLANY, L.; STOCKWELL, P. (Ed.). **The Routledge companion to sociolinguistics**. New York: Routledge, 2007.
- MARCONDES, D. **Filosofia, linguagem e comunicação**. 3. ed. rev. ampl. São Paulo: Cortez, 2000.
- MARCONDES, D. **A pragmática na filosofia contemporânea**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.
- MESTHRIE, R. (Ed.). **The Cambridge handbook of sociolinguistics**. New York: Cambridge University Press, 2011.
- REHN, A.; TAALAS, S. On Wittgenstein and Management at rest: prolegomena to a philosophy of problems. **Philosophy of Management**, v. 7, n. 2, p. 89-95, 2009.
- RORTY, R. (Ed.). **The linguistic turn: essays in philosophical method – with two retrospective essays**. Chicago, USA: University of Chicago Press, 1992.
- RORTY, R. **A filosofia e o espelho da natureza**. 3. ed. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.
- SANDELANDS, L.; DRAZIN, R. On the language of Organization Theory. **Organization Studies**, v. 10, n. 4, p. 457-477, 1989.
- SANITT, N. Science and language. **Language Sciences**, v. 33, n. 4, p. 559-561, 2011.
- SEARLE, J. R. **Os actos de fala: um ensaio de filosofia da linguagem**. Coimbra, Portugal: Livraria Almedina, 1981.
- SEARLE, J. R. What is language? Some preliminary remarks. In: TSOHATZIDIS, S. L. (Ed.). **John Searle's philosophy of language: force, meaning, and mind**. Cambridge: Cambridge University Press, 2007. p. 15-45.
- SEEMANN, A. Language, mind and social reality: an interview with John Searle. **Philosophy of Management**, v. 7, n. 2, p. 3-11, 2009.
- SLUGA, H.; STERN, D. G. (Ed.). **The Cambridge companion to Wittgenstein**. 2. ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2018.
- TAYLOR, T. J. Where does language come from? The role of reflexive enculturation in language development. **Language Sciences**, v. 32, n. 1, p. 14-27, 2010.
- WERHANE, P. The linguistic turn, social construction and the impartial spectator: why do these ideas matter to managerial thinking? **Philosophy of Management**, v. 17, n. 3, p. 265-278, 2018.
- WITTGENSTEIN, L. **Investigações Filosóficas**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

Método de Ensino / Atividade Programada

- Aula expositiva (dialogada) tomando por base as leituras rotuladas como 'Obrigatórias'.

Encontro 4	Unidade: I e II
Tema: Origens da Comunicação Organizacional: Perspectivas e Concepções para a Relação entre Comunicação e Organização	
Referências da aula	
<u>Obrigatórias:</u>	
1) KUNSCH, M. M. K. Percursos paradigmáticos e avanços epistemológicos nos estudos da comunicação organizacional. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos – volume 1 . 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 63-89.	
2) PUTNAM, L. L.; BOYS, S. Revisiting metaphors of organizational communication. In: CLEGG, S. R.; HARDY, C.; LAWRENCE, T. B.; NORD, W. R. (Ed.). The SAGE handbook of organization studies . 2. ed. London, Thousand Oaks, CA & New Delhi: Sage Publications, 2006. p. 541-576.	
3) PUTNAM, L. L.; MUMBY, D. K. Introduction: advancing theory and research in organizational communication. In: PUTNAM, L. L.; MUMBY, D. K. (Ed.). The SAGE handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods . 3. ed. London, Thousand Oaks, CA & New Delhi: Sage Publications, 2014. p. 1-18.	
<u>Complementar:</u>	
4) CHANLAT, A; BÉDARD, R. Palavras: a ferramenta do executivo. In: CHANLAT, J.-F. (Coord.). O indivíduo na organização: dimensões esquecidas – volume 1 . 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996. p. 125-148.	
<u>Para saber mais:</u>	
BLIKSTEIN, I.; ALVES, M. A.; GOMES, M. T. Nota técnica: os estudos organizacionais e a comunicação no Brasil. In: CLEGG,	

S.; HARDY, C.; NORD, W. (Org.). **Handbook de estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2004 (v. 3). p. 126-130.

DEETZ, S. A. Conceptual foundations. In: JABLIN, F. M.; PUTNAM, L. L. (Ed.). **The new handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2001. p. 3-46.

FEYEREISEN, P.; DE LANNOY, J. D. Linguagem do corpo, gestualidade e comunicação. In: CHANLAT, J.-F. (Coord.). **O indivíduo na organização: dimensões esquecidas – volume 2**. São Paulo: Atlas, 1994. p. 17-38.

HOLMAN, D.; THORPE, R. (Ed.). **Management and language: the manager as a practical author**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2002.

MUMBY, D. K.; STOHL, C. Disciplining organizational communication studies. **Management Communication Quarterly**, v. 10, n. 1, p. 50-72, 1996.

PUTNAM, L. L.; PHILLIPS, N.; CHAPMAN, P. Metáforas da comunicação e da organização. In: CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. (Org.). **Handbook de estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2004 (v. 3). p. 77-125.

SCHNEIDER, J. G. Language and mediality: on the medial status of 'everyday language'. **Language & Communication**, v. 26, n. 3-4, p. 331-342, 2006.

TAYLOR, J. R.; COOREN, F. What makes communication 'organizational'? **Journal of Pragmatics**, v. 27, n. 4, p. 409-438, 1997.

TIETZE, S.; COHEN, L.; MUSSON, G. **Understanding organizations through language**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2003.

TOMPKINS, P. K.; WANCA-THIBAUT, M. Organizational communication: prelude and prospects. In: JABLIN, F. M.; PUTNAM, L. L. (Ed.). **The new handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2001. p. xvii-xxxi.

WESTWOOD, R.; LINSTEAD, S. (Ed.). **The language of organization**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2001.

VAILL, P. B. Management language and management action. **California Management Review**, v. 10, n. 1, p. 51-58, 1967.

Método de Ensino / Atividade Programada

- Aula expositiva (dialogada) tomando por base as leituras rotuladas como 'Obrigatórias';
- Preparar síntese de aula (*position paper*): ao final dessa aula cada discente deve entregar um documento pontuando (contrapondo, justapondo, dialogando etc.) a respeito da seguinte indagação: qual é o seu entendimento/definição para 'Comunicação Organizacional', tomando por base as leituras deste Encontro? Cada discente deve elaborar e responder 2 questões pertinentes às leituras 'Obrigatórias' ou das 'Complementares', e expô-las ao passo que os debates em sala transcorram. **Número máximo de páginas para este documento, a ser produzido individualmente e enviado via SIGAA, em campo específico do Encontro: 2 (duas).**

Encontro 5	Unidade: II
Tema: Abordagem Funcionalista: a Comunicação Organizacional como um Sistema	
Referências da aula	
<u>Obrigatórias:</u>	
1) DAFT, R. L.; WIGINTON, J. C. Language and organization. Academy of Management Review , v. 4, n. 2, p. 179-191, 1979.	
2) AXLEY, S. R. Managerial and organizational communication in terms of the conduit metaphor. Academy of Management review , v. 9, n. 3, p. 428-437, 1984.	
3) BISEL, R. A.; ADAME, E. A. Post-Positivist/Functionalist approaches. In: SCOTT, C. R.; BARKER, J. R.; KUHN, T.; KEYTON, J.; TURNER, P. K.; LEWIS, L. K. (Ed.). The international encyclopedia of organizational communication . West Sussex: John Wiley & Sons, Inc., 2017. p. 1-22. https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc168	
<u>Complementar:</u>	
4) LENGEL, R. H.; DAFT, R. L. The selection of communication media as an executive skill. The Academy of Management Executive , v. 2, n. 3, p. 225-232, 1988.	
<u>Para saber mais:</u>	
BYRON, K. Carrying too heavy a load? The communication and miscommunication of emotion by email. Academy of Management Review , v. 33, n. 2, p. 309-327, 2008.	
COOREN, F. Niklas Luhmann's radical communication approach and its implications for research on organizational communication. Academy of Management Review , v. 45, n. 2, p. 479-497, 2020.	
GORIS, J. R.; VAUGHT, B. C.; PETTIT JR., J. D. Effects of communication direction on job performance and satisfaction: a moderated regression analysis. International Journal of Business Communication , v. 37, n. 4, p. 348-368, 2000.	

LUHMANN, N. **Sistemas sociais**. 1. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

POOLE, M. S. Systems theory. In: PUTNAM, L. L.; MUMBY, D. K. (Ed.). **The SAGE handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods**. 3. ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2014. p. 49-74.

RASMUSSEN, R. V. A communication model based on the conduit metaphor: what do we know and what do we take for granted? **Management Communication Quarterly**, v. 4, n. 3, p. 363-374, 1991.

SEIDL, D.; BECKER, K. H. (Ed.). **Niklas Luhmann and organization studies** (Advances in Organization Studies Series). Copenhagen, Denmark: Liber & Copenhagen Business School Press, 2006.

Atividade Programada

- Aula expositiva (dialogada) tomando por base as leituras rotuladas como 'Obrigatórias';
- Preparar síntese de aula (*position paper*): ao final dessa aula cada discente deve entregar um documento pontuando (contrapondo, justapondo, dialogando etc.) a respeito da seguinte indagação: de que maneira a concepção/noção de linguagem subjacente a Abordagem Funcionalista repercute na concepção/noção de comunicação organizacional, quando do estudo das organizações e da gestão, na Administração? Cada discente deve elaborar e responder 2 questões pertinentes às leituras 'Obrigatórias' ou das 'Complementares', e expô-las ao passo que os debates em sala transcorram. **Número máximo de páginas para este documento, a ser produzido individualmente e enviado via SIGAA, em campo específico do Encontro: 2 (duas).**

Encontro 6 | Unidade: II

Tema: Abordagem Interpretativa (I): Processos Comunicacionais, Interações e Interpretações

Referências da aula

Obrigatórias:

1) DAFT, R. L.; WEICK, K. Toward a model of organization as interpretation systems. **Academy of Management Review**, v. 9, n. 2, p. 284-295, 1984.

2) CZARNIAWSKA, B. **A theory of organizing**. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2008. ('Capítulo 1', p. 1-7)

3) PUTNAM, L. L.; BANGHART, S. Interpretive approaches. In: SCOTT, C. R.; BARKER, J. R.; KUHN, T.; KEYTON, J.; TURNER, P. K.; LEWIS, L. K. (Ed.). **The international encyclopedia of organizational communication**. West Sussex: John Wiley & Sons, Inc., 2017. p. 1-17. <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc118>

Complementar:

4) ORLIKOWSKI, W. J.; YATES, J. Genre repertoire: the structuring of communicative practices in organizations. **Administrative Science Quarterly**, v. 39, n. 4, p. 541-574, Dec. 1994.

Para saber mais:

ALLEN, N. J. Social constructionism. In: MAY, S.; MUMBY, D. K. (Ed.). **Engaging organizational communication theory and research: multiple perspectives**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2005. p. 35-53.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 26. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

BODEN, D. **The business of talk: organizations in action**. London; Cambridge, Massachusetts: Polity Press, 1994.

CORMAN, S. R.; BANKS, S. P.; BANTZ, C. R.; MAYER, M. E. (Ed.). **Foundations of organizational communication: a reader**. 2. ed. New York: Longman, 1994.

EISENBERG, E. M. Karl Weick and the aesthetics of contingency. **Organization Studies**, v. 27, n. 11, p. 1693-1707, 2006.

HERACLEOUS, L. **Discourse, interpretation, organization**. Cambridge, New York: Cambridge University Press, 2006. ('Capítulo 2', p. 28-54)

LUCKMANN, T. On social interaction and the communicative construction of personal identity, knowledge and reality. **Organization Studies**, v. 29, n. 2, p. 277-290, 2008.

RICOEUR, P. **Teoria da interpretação: o discurso e o excesso de significação**. Lisboa: Edições 70, 2000.

WEICK, K. E. **A psicologia social da organização**. São Paulo: Edgar Blucher: EDUSP, 1973.

WEICK, K. **Sensemaking in organizations**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 1995.

WEICK, K. E. **Making sense of the organization**. Malden: Blackwell Publishing, 2001.

WEICK, K. E. (Ed.). **Making sense of the organization volume 2: the impermanent organization**. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd, 2009.

WEINBERG, D. Social constructionism. In: TURNER, B. S. (Ed.). **The new Blackwell companion to social theory**. Malden: Wiley-Blackwell, 2009. p. 281-299.

Método de Ensino / Atividade Programada

- Aula expositiva (dialogada) tomando por base as leituras rotuladas como 'Obrigatórias';
- Preparar síntese de aula (*position paper*): ao final dessa aula cada discente deve entregar um documento pontuando (contrapondo, justapondo, dialogando etc.) a respeito da seguinte indagação: qual o papel da interpretação na comunicação, nas organizações? Cada discente deve elaborar e responder 2 questões pertinentes às leituras 'Obrigatórias' ou das 'Complementares', e expô-las ao passo que os debates em sala transcorram. **Número máximo de páginas para este documento, a ser produzido individualmente e enviado via SIGAA, em campo específico do Encontro: 2 (duas).**

Encontro 7 | Unidade: II

Tema: Abordagem Interpretativa (II): A 'Constituição Comunicativa da Organização' [CCO]

Referências da aula

Obrigatórias:

- 1) CASALI, A. M. Um modelo do processo de comunicação organizacional na perspectiva da "Escola de Montreal". In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos – volume 1**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 107-133.
- 2) SCHOENEBOERN, D.; VÁSQUEZ, C. Communicative constitution of organizations. In: SCOTT, C. R.; BARKER, J. R.; KUHN, T.; KEYTON, J.; TURNER, P. K.; LEWIS, L. K. (Ed.). **The international encyclopedia of organizational communication**. West Sussex: John Wiley & Sons, Inc., 2017. p. 1-21. <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc030>
- 3) ROBICHAUD, D.; GIROUX, H.; TAYLOR, J. R. The metaconversation: the recursive property of language as a key to organizing. **Academy of Management Review**, v. 29, n. 4, p. 617-634, October, 2004.

Complementares:

- 4) SCHOENEBOERN, D.; KUHN, T. R.; KÄRREMAN, D. The communicative constitution of organization, organizing and organizationality. **Organization Studies**, v. 40, n. 4, p. 475-496, 2019.
- 5) "What Is Organizational Communication?" – Matthew Koschmann (<https://youtu.be/e5oXygLGMuY>)

Para saber mais:

- ASHCRAFT, K. L.; KUHN, T. R.; COOREN, F. Constitutional amendments: "materializing" organizational communication. **The Academy of Management Annals**, v. 3, p. 1-64, 2009.
- BENOIT-BARNÉ, C.; COOREN, F. The accomplishment of authority through presentification: how authority is distributed among and negotiated by organizational members. **Management Communication Quarterly**, v. 23, n. 1, p. 5-31, 2009.
- BISEL, R. S. A communicative ontology of organization? A description, history, and critique of CCO theories for Organization Science. **Management Communication Quarterly**, v. 24, n. 1, p. 124-131, 2010.
- BRUMMANS, B. H. J. M.; COOREN, F.; ROBICHAUD, D.; TAYLOR, J. R. Approaches to the communicative constitution of organizations. In: PUTNAM, L. L.; MUMBY, D. K. (Ed.). **The SAGE handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods**. 3. ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2014. p. 173-194.
- COOREN, F. **The organizing property of communication**. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2000. (Pragmatics & Beyond New Series, v. 65)
- COOREN, F.; BARTELS, G.; MARTINE, T. Organizational communication as process. In: LANGLEY, A.; TSOUKAS, H. (Ed.). **The SAGE handbook of process organization studies**. 1 ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2017. p. 513-528.
- COOREN, F.; MARTINE, T. Communicative constitution of organizations. In: JENSEN, K. B.; CRAIG, R. T. (Ed.). **The international encyclopedia of communication theory and philosophy**. West Sussex: John Wiley & Sons, Inc., 2016. p. 1-9. <https://doi.org/10.1002/9781118766804.wbiect097>
- CASALI, Adriana Machado. Proposta de um modelo de análise do processo de comunicação organizacional a partir das proposições da "Escola de Montreal". In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.
- DOBUSCH, L.; SCHOENEBOERN, D. Fluidity, identity, and organizationality: the communicative constitution of *Anonymous*. **Journal of Management Studies**, v. 52, n. 8, p. 1005-1035, 2015.
- FAIRHURST, G. T.; PUTNAM, L. L. Reflections on the organization-communication equivalency question: the contributions of James Taylor and his colleagues. **The Communication Review**, v. 3, n. 1-2, p. 1-20, 1999.

KUHN, T.; SCHOENEBOORN, D. The pedagogy of CCO. **Management Communication Quarterly**, v. 29, n. 2, p. 295-301, 2015.

LEONARDI, P. M. Studying work practices in organizations: theoretical considerations and empirical guidelines. **Communication Yearbook**, v. 39, n. 1, p. 235-273, 2015.

MCPHEE, R.; IVERSON, J. O. Activity coordination and the Montréal School. In: ROBICHAUD, D.; COOREN, F. (Ed.). **Organization and organizing: materiality, agency, and discourse**. London: Routledge, 2013. p. 109-124.

MUMBY, D. K. Internationalizing organizational communication: Linda Putnam's legacy. **Management Communication Quarterly**, v. 26, n. 3, p. 498-504, 2012.

POOLE, M. S. On the study of process in communication research. **Communication Yearbook**, v. 36, n. 1, p. 371-409, 2013.

PUTNAM, L. L.; CASALI, A. M. Introduction: a Brazilian story on the development of organizational communication. **Management Communication Quarterly**, v. 22, n. 4, p. 642-647, 2009.

PUTNAM, L. L.; NICOTERA, A. M.; MCPHEE, R. D. Introduction: communication constitutes organization. In: PUTNAM, L. L.; NICOTERA, A. M. (Ed.). **Building theories of organization: the constitutive role of communication**. New York: Routledge, 2009. p. 1-13.

SCHOENEBOORN, D.; BLASCHKE, S.; with special contributions from COOREN, F.; MCPHEE, R. D.; SEIDL, D.; TAYLOR, J. R. The three schools of CCO thinking: interactive dialogue and systematic comparison. **Management Communication Quarterly**, v. 28, n. 2, p. 285-316, 2014.

TAYLOR, J. R. What is "organizational communication"? Communication as a dialogic of text and conversation. **The Communication Review**, v. 3, n. 1-2, p. 21-63, 1999.

TAYLOR, J. R. Engaging organization through worldview. In: MAY, S.; MUMBY, D. K. (Ed.). **Engaging organizational communication theory and research: multiple perspectives**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2005. p. 197-221.

TAYLOR, J. R. Coorientation: a conceptual framework. In: COOREN, F.; TAYLOR, J. R.; VAN EVERY, E. J. (Ed.). **Communication as organizing: empirical and theoretical approaches into the dynamic of text and conversation**. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2006. p. 141-156.

TAYLOR, J. R. Organization as an (imbricated) configuring of transactions. **Organization Studies**, v. 32, n. 9, p. 1273-1294, 2011.

TAYLOR, J. R. Impersonating the organization: reflections on the communicative constitution of organization. In: COOREN, F.; VAARA, E.; LANGLEY, A.; TSOUKAS, H. (Ed.). **Language and communication at work: discourse, narrativity, and organizing**. (Perspectives on Process Organization Studies). New York: Oxford University Press, 2014. p. 17-38.

TAYLOR, J. R.; COOREN, F.; GIROUX, N.; ROBICHAUD, D. The communicational basis of organization: between the conversation and the text. **Communication Theory**, v. 6, n. 1, p. 1-39, 1996.

TAYLOR, J. R.; VAN EVERY, E. J. **The situated organization: case studies in the pragmatics of communication research**. New York, NY: Routledge, 2011.

Método de Ensino / Atividade Programada

- Aula expositiva (dialogada) tomando por base as leituras rotuladas como 'Obrigatórias';
- Preparar síntese de aula (*position paper*): ao final dessa aula cada discente deve entregar um documento pontuando (contrapondo, justapondo, dialogando etc.) a respeito das seguintes indagações: (1) de que forma a corrente da CCO (em especial a Escola de Montreal) concebe e entende a comunicação organizacional? (2) Como essa concepção pode ser útil/relevante num estudo das organizações e da gestão, na Administração? Cada discente deve elaborar e responder 2 questões pertinentes às leituras 'Obrigatórias' ou das 'Complementares', e expô-las ao passo que os debates em sala transcorram. **Número máximo de páginas para este documento, a ser produzido individualmente e enviado via SIGAA, em campo específico do Encontro: 2 (duas).**

Encontro 8	Unidade: II
Tema: Abordagem Crítica: o Poder da Comunicação e a Organização como Arena Política	
Referências da aula	
<u>Obrigatórias:</u>	
1) MUMBY, D. K.; ASHCRAFT, K. L. Critical approaches. In: SCOTT, C. R.; BARKER, J. R.; KUHN, T.; KEYTON, J.; TURNER, P. K.; LEWIS, L. K. (Ed.). The international encyclopedia of organizational communication . West Sussex: John Wiley & Sons, Inc., 2017. p. 1-23. https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc051	
2) ZOLLER, H. M. Power and resistance in organizational communication. In: PUTNAM, L. L.; MUMBY, D. K. (Ed.). The SAGE handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods . 3. ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2014. p. 595-618.	
3) ROSEN, M. Breakfast at Spiro's: dramaturgy and dominance. Journal of Management , v. 11, n. 2, p. 31-48, 1985.	

Complementar:

4) MUMBY, D. K. Power and politics. In: JABLIN, F. M.; PUTNAM, L. L. (Ed.). **The new handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods.** London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2001. p. 585-623.

Para saber mais:

BAKHTIN, M. M (VOLOCHÍNOV, V. N.). **Marxismo e filosofia da linguagem:** problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 13. ed. São Paulo: Hucitec, 2009.

CLOUD, D. L. The materiality of discourse as an oxymoron: a challenge to critical rhetoric. **Western Journal of Communication**, v. 58, n. 3, p. 141-163, 1994.

DEETZ, S. Critical theory. In: MAY, S.; MUMBY, D. K. (Ed.). **Engaging organizational communication theory and research: multiple perspectives.** London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2005. p. 85-111.

FOURNIER, V.; GREY, C. At the critical moment: conditions and prospects for critical management studies. **Human Relations**, v. 53, n. 1, p. 7-32, Jan./Mar., 2000.

HABERMAS, J. **On the pragmatics of communication.** Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2000.

HABERMAS, J. **On the pragmatics of social interaction:** preliminary studies in the theory of communicative action. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2001.

HABERMAS, J. **Teoria do agir comunicativo:** racionalidade da ação e racionalização social – volume 1. São Paulo: Editora WF Martins Fontes, 2012.

HABERMAS, J. **Teoria do agir comunicativo:** sobre a crítica da razão funcionalista – volume 2. São Paulo: Editora WF Martins Fontes, 2012.

HAMELINK, C. J. On being critical. **Communication, Culture & Critique**, v. 1, n. 1, p. 3-7, 2008.

HONNETH, A. Teoria Crítica. In: GIDDENS, A.; TURNER, J. (Org.). **Teoria social hoje.** São Paulo: Editora UNESP, 1999. p. 503-552.

HONNETH, A.; JOAS, H. **Communicative action:** essays on Jürgen Habermas's The Theory of Communicative Action. Cambridge, MA: The MIT Press, 1991.

LUTGEN-SANDVIK, P.; SYPHER, B. D. (Ed.). **Destructive organizational communication:** processes, consequences, and constructive ways of organizing. New York: Routledge, 2009.

MUMBY, D. K. The political function of narrative in organizations. **Communication Monographs**, v. 54, p. 113-127, June, 1987.

MUMBY, D. K. **Communication and power in organizations:** discourse, ideology, and domination. Norwood, N. J.: Ablex Pub. Corp., 1988.

MUMBY, D. K. **Organizational communication:** a critical approach. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2013.

SCHERER, A. G.; RASCHE, A. Organization as communication and habermasian philosophy. In: BLASCHKE, S.; SCHOENEBORN, D. (Ed.). **Organization as communication:** perspectives in dialogue. New York: Routledge, 2017. p. 3-25.

SOUZA, J. C. (Org.). **Filosofia, racionalidade, democracia:** os debates Rorty & Habermas. São Paulo: Editora UNESP, 2005.

VIZEU, F. Ação comunicativa e estudos organizacionais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 45, n. 4, p. 10-21, Out./Dez. 2005.

VIZEU, F. Racionalidade administrativa e distorção comunicativa nas organizações contemporâneas. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 33, 2009, São Paulo. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. 1 CD-ROM.

Método de Ensino / Atividade Programada

- Aula expositiva (dialogada) tomando por base as leituras rotuladas como 'Obrigatórias';
- Preparar síntese de aula (*position paper*): ao final dessa aula cada discente deve entregar um documento pontuando (contrapondo, justapondo, dialogando etc.) a respeito das seguintes indagações: (1) de que forma é possível conceber a relação entre poder, política e comunicação, nas organizações; e, (2) como a compreensão desses elementos pode ser útil/relevante num estudo das organizações e da gestão, na Administração? Cada discente deve elaborar e responder 2 questões pertinentes às leituras 'Obrigatórias' ou das 'Complementares', e expô-las ao passo que os debates em sala transcorram. **Número máximo de páginas para este documento, a ser produzido individualmente e enviado via SIGAA, em campo específico do Encontro: 2 (duas).**

Encontro 9 | Unidade: II

Tema: Abordagem Pós-Moderna na Comunicação Organizacional: Influências Pós-Estruturalistas

Referências da aula

Obrigatórias:

- 1) TAYLOR, B. C. Postmodern theory. In: MAY, S.; MUMBY, D. K. (Ed.). **Engaging organizational communication theory and research: multiple perspectives**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2005. p. 113-140.
- 2) MEASE, J. J. Postmodern/Poststructural approaches. In: SCOTT, C. R.; BARKER, J. R.; KUHN, T.; KEYTON, J.; TURNER, P. K.; LEWIS, L. K. (Ed.). **The international encyclopedia of organizational communication**. West Sussex: John Wiley & Sons, Inc., 2017. p. 1-21. <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc167>
- 3) BOJE, D. M. Stories of the storytelling organization: a postmodern analysis of Disney as "Tamara-Land". **Academy of Management Journal**, v. 38, n. 4, p. 997-1035, 1995.

Complementar:

- 4) ROMAN, A. R. Organizações: um universo de discursos bem-ditos, mal-ditos e não-ditos. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas – volume 2**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 125-157.

Para saber mais:

- ALMEIDA, J. **Estudos deleuzianos da linguagem**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2003.
- ARAÚJO, Inês Lacerda. **Introdução à filosofia da ciência**. 3. ed. rev. Curitiba: Editora da UFPR, 2010. (Capítulo "A abordagem estruturalista das Ciências Humanas", p. 117-143)
- CHAFFEE, D. Structuralist and post-structuralist theory. In: ELLIOT, A. (Ed.). **The Routledge companion to social theory**. London: Routledge, 2010. p. 73-85.
- CHAFFEE, D.; LEMERT, C. Structuralism and poststructuralism. In: TURNER, B. S. (Ed.). **The new Blackwell companion to social theory**. Malden: Wiley-Blackwell, 2009. p. 124-140.
- COOPER, R.; BURRELL, G. Modernism, postmodernism and organizational analysis: an introduction. **Organization Studies**, v. 9, n. 1, p. 91-112, 1988.
- DELEUZE, G. **Diferença e repetição**. Rio de Janeiro: Graal, 1988.
- DERRIDA, J. **Gramatologia**. São Paulo: Perspectiva, 2008.
- FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.
- FOUCAULT, M. **As palavras e as coisas**. São Paulo: Editora WF Martins Fontes, 2007.
- GIDDENS, A. Estruturalismo, pós-estruturalismo e a produção da cultura. In: GIDDENS, A.; TURNER, J. (Org.). **Teoria social hoje**. São Paulo: Editora UNESP, 1999. p. 281-319.
- GERGEN, K. J.; THATCHENKERY, T. J. Organization science as social construction: postmodern potentials. **The Journal of Applied Behavioral Science**, v. 40, n. 2, p. 228-249, 2004.
- JOAS, Hans; KNÖBL, Wolfgang. Estruturalismo e pós-estruturalismo. In: JOAS, Hans; KNÖBL, Wolfgang. **Teoria social: vinte lições introdutórias**. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2017. p. 368-401.
- LECLERCQ-VANDELANNOITTE, A. Organizations as discursive constructions: a foucauldian approach. **Organization Studies**, v. 32, n. 9, p. 1247-1271, 2011.
- LINSTEAD, S. Poststructuralist theory: thinking organization otherwise. In: MIR, R.; WILLMOTT, H.; GREENWOOD, M. (Ed.). **The Routledge companion to philosophy in organization studies**. London: Routledge, 2015. p. 171-183.
- LINSTEAD, S.; THANEM, T. Multiplicity, virtuality and organization: the contribution of Gilles Deleuze. **Organization Studies**, v. 28, n. 10, p. 1483-1501, 2007.
- LYOTARD, J. F. **A condição pós-moderna**. 10. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2008.
- MASNY, D. Rhizoanalytic pathways in qualitative research. **Qualitative Inquiry**, v. 19, n. 5, p. 339-348, 2013.
- MCKINLEY, C. Postmodern epistemology in organization studies: a critical appraisal. **Research in the Sociology of Organizations – Postmodernism and Management: Pros, Cons and the Alternative** (Emerald Book Series), v. 21, p. 203-225, 2003.
- MUMBY, D. K. Critical theory and postmodernism. In: PUTNAM, L. L.; MUMBY, D. K. (Ed.). **The SAGE handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods**. 3. ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2014. p. 101-125.
- MUMBY, D. K.; PUTNAM, L. L. The politics of emotion: a feminist reading of bounded rationality. **Academy of Management Review**, v. 17, n. 3, p. 465-486, 1992.
- SOKAL, A.; BRICMONT, J. **Imposturas intelectuais: o abuso da ciência pelos filósofos pós-modernos**. 3. ed. São Paulo: Record, 2006.
- VIEIRA, M. M. F.; CALDAS, M. P. Teoria crítica e pós-modernismo: principais alternativas à hegemonia funcionalista. **Revista de**

Administração de Empresas, v. 46, n. 1, p. 59-70, Jan./Mar., 2006.

WOOD, M.; FERLIE, E. Journeying from Hippocrates with Bergson and Deleuze. **Organization Studies**, v. 24, n. 1, p. 47-68, 2003.

Método de Ensino / Atividade Programada

- Aula expositiva (dialogada) tomando por base as leituras rotuladas como 'Obrigatórias';
- Preparar síntese de aula (*position paper*): ao final dessa aula cada discente deve entregar um documento pontuando (contrapondo, justapondo, dialogando etc.) a respeito das seguintes indagações: (1) onde cabe/reside/se situa a questão "poder x comunicação", segundo uma concepção pós-moderna? (2) De que forma essa relação é entendida? (3) Como a compreensão pós-moderna impacta o entendimento sobre as organizações, a vida organizacional, e as questões comunicacionais, enquanto objetos de estudo e investigação, na Administração? Cada discente deve elaborar e responder 2 questões pertinentes às leituras 'Obrigatórias' ou das 'Complementares', e expô-las ao passo que os debates em sala transcorram. **Número máximo de páginas para este documento, a ser produzido individualmente e enviado via SIGAA, em campo específico do Encontro: 2 (duas).**

Encontro 10 | Unidade: III

Tema: Discurso, (Inter)Textualidade e Agência nas Organizações

Referências da aula

Obrigatórias:

- 1) AINSWORTH, S. Discourse analysis/methods. In: SCOTT, C. R.; BARKER, J. R.; KUHN, T.; KEYTON, J.; TURNER, P. K.; LEWIS, L. K. (Ed.). **The international encyclopedia of organizational communication**. West Sussex: John Wiley & Sons, Inc., 2017. p. 1-14. <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc061>
- 2) KUHN, T. R.; PUTNAM, L. L. Discourse and communication. In: ADLER, P.; DU GAY, P.; MORGAN, G.; REED, M. (Ed.). **The Oxford handbook of sociology, social theory and organization studies**. 1. ed. New York: Oxford University Press, 2014. p. 414-446.
- 3) LOCKWOOD, C.; GIORGI, S.; GLYNN, M. A. "How to do things with words": mechanisms bridging language and action in management research. **Journal of Management**, v. 45, n. 1, p. 7-34, 2019.
- 4) COOREN, F. Textual agency: how texts do things in organizational settings. **Organization**, v. 11, n. 3, p. 373-393, 2004.

Complementar:

- 5) SILLINCE, J. Organizational context and the discursive construction of organizing. **Management Communication Quarterly**, v. 20, n. 4, p. 363-394, 2007.

Para saber mais:

- ANGERMULLER, J. Discourse studies. In: WRIGHT, James D. (Ed.). **International encyclopedia of the social & behavioral sciences** – volume 6. 2. ed. Amsterdam, Netherlands: Elsevier, 2015. p. 510-515.
- BARROS, M. Tools of legitimacy: the case of the Petrobras corporate blog. **Organization Studies**, v. 35, n. 8, p. 1211-1230, 2014.
- BERTI, Marco. **Elgar introduction to organizational discourse analysis**. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2017.
- BRUMMANS, B. The Montréal School and the question of agency. In: COOREN, F.; TAYLOR, J. R.; VAN EVERY, E. J. (Ed.). **Communication as organizing: empirical and theoretical approaches into the dynamic of text and conversation**. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2006. p.197-212.
- BRUMMANS, B. H. J. M. (Ed.). **The agency of organizing: perspectives and case studies**. New York: Routledge, 2018.
- CANDIN, C. N.; CRICHTON, J.; MOORE, S. H. (Ed.). **Exploring discourse in context and in action** (Research and Practice in Applied Linguistics). 1. ed. London, UK: Palgrave Macmillan: 2017.
- CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. Critical discourse analysis in organizational studies: towards an integrationist methodology. **Journal of Management Studies**, v. 47, n. 6, p. 1213-1218, 2010.
- CZARNIAWSKA, B. Things and words. **Journal of Management Change**, v. 13, n. 3, p. 362-367, 2013.
- CZARNIAWSKA, B.; JOERGES, B. How to control things with words: organizational talk and control. **Management Communication Quarterly**, v. 2, n. 2, p. 170-193, 1988.
- DE FINA, A.; GEORGAKOPOULOU, A. (Ed.). **The Cambridge handbook of discourse studies**. Cambridge: Cambridge University Press, 2020.
- EMIRBAYER, M.; MISCHKE, A. What is agency? **American Journal of Sociology**, v. 103, n. 4, p. 962-1023, January 1998.
- FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FAIRCLOUGH, N. Peripheral vision – Discourse analysis in organization studies: the case for critical realism. **Organization Studies**, v. 26, n. 6, p. 915-939, 2005.

FAIRHURST, G. T.; PUTNAM, L. L. Organizations as discursive constructions. **Communication Theory**, v. 14, n. 1, p. 5-26, 2004.

GEE, James Paul. **How to do discourse analysis: a toolkit**. 2. ed. New York: Routledge, 2014.

GIDDENS, A.; SUTTON, P. W. Discurso. In: GIDDENS, Anthony; SUTTON, P. W. **Conceitos essenciais da Sociologia**. 2. ed. rev. São Paulo: Editora Unesp Digital, 2017. p. 7-11.

GRANT, D.; HARDY, C.; OSWICK, C.; PUTNAM, L. (Ed.). **The SAGE handbook of organizational discourse**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2004.

GRANT, D.; KEENOY, T.; OSWICK, C. (Ed.). **Discourse and organization**. London: Sage Publications, 1998.

HALLIDAY, T. L. Discurso organizacional: uma abordagem retórica. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas – volume 2**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 31-52.

HERACLEOUS, L. Discourse theory. In: LANGLEY, A.; TSOUKAS, H. (Ed.). **The SAGE handbook of process organization studies**. 1 ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2017. p. 190-203.

HERACLEOUS, L.; HENDRY, J. Discourse and the study of organization: toward a structural perspective. **Human Relations**, v. 53, n. 10, p. 1251-1286, 2000.

JANSEN, T. Who is talking? Some remarks on nonhuman agency in communication. **Communication Theory**, v. 26, n. 3, p. 255-272, 2016.

JAWORSKI, A.; COUPLAND, N. (Ed.). **The discourse reader**. 2. ed. London: Routledge, 2006.

KOSCHMANN, M. A.; MCDONALD, J. Organizational rituals, communication, and the question of agency. **Management Communication Quarterly**, v. 29, n. 2, p. 229-256, 2015.

LEICHT, S.; PALMER, I. Analyzing texts in context: current practices and new protocols for critical discourse analysis in organization studies. **Journal of Management Studies**, v. 47, n. 6, p. 1194-1212, 2010.

LEMERT, C. Discourse. In: RITZER, G. (Ed.). **Encyclopedia of social theory – volume 1**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2005. p. 203-205.

MARCONDES, D. **As armadilhas da linguagem: significado e ação para além do discurso**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

PALTRIDGE, Brian. **Discourse analysis: an introduction (Continuum discourse series)**. 2. ed. London: Bloomsbury, 2012.

PHILLIPS, N.; HARDY, C. **Discourse analysis: investigating processes of social construction**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2002. (Qualitative Research Methods, v. 50)

PHILLIPS, N.; OSWICK, C. Organizational discourse: domains, debates, and directions. **The Academy of Management Annals**, v. 6, n. 1, p. 435-481, 2012.

PUTNAM, L. L. Dialectics, contradictions, and the question of agency: a tribute to James R. Taylor. In: ROBICHAUD, D.; COOREN, F. (Ed.). **Organization and organizing: materiality, agency, and discourse**. London: Routledge, 2013. p. 23-36.

PUTNAM, L. L.; FAIRHURST, G. T. Revisiting "Organizations as discursive constructions": 10 years latter. **Communication Theory**, v. 25, n. 4, p. 375-392, 2015.

RICOEUR, P. **Do texto a ação**. Portugal: Rés Editora, 1991.

ROBICHAUD, D. Steps toward a relational view of agency. In: COOREN, F.; TAYLOR, J. R.; VAN EVERY, E. J. (Ed.). **Communication as organizing: empirical and theoretical approaches into the dynamic of text and conversation**. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2006. p.101-114.

SAYES, E. Actor-Network Theory and methodology: just what does it mean to say that nonhumans have agency? **Social Studies of Science**, v. 44, n. 1, p. 134-149, 2014.

SCHIFFRIN, D.; TANNEN, D.; HAMILTON, H. E. (Ed.). **The handbook of discourse analysis**. Malden: Blackwell Publishing, 2001.

TAYLOR, J. R.; ROBICHAUD, D. Finding the organization in the communication: discourse as action and sensemaking. **Organization**, v. 11, n. 3, p. 395-413, 2004.

TAYLOR, J. R.; VAN EVERY, E. J. **The situated organization: case studies in the pragmatics of communication research**. New York, NY: Routledge, 2011. (Capítulo 3 "Language as both meaning and action", p. 65-88; Capítulo 4 "Text as the constitutive basis of organization", p. 91-119)

VAN DIJK, T. A. **Text and context: explorations in the semantics and pragmatics of discourse**. New York: Longman, 1977.

VAN DIJK, T. A. (Ed.). **Discourse studies – volume I**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2007. (Sage Benchmarks in Discourse Studies)

VAN RAIJ, C. F. M. Análise de um discurso organizacional. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas – volume 2**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 85-104.

WESTWOOD, R.; CLEGG, S. R. The discourse of organization studies: dissensus, politics, and paradigms. In: WESTWOOD, R.; CLEGG, S. R. (Ed.). **Debating organization: point-counterpoint in organization studies**. Malden: Blackwell Publishing, 2003. p. 1-42.

Debate "Discurso x Comunicação"

JIAN, G.; SCHMISSEUR, A. M.; FAIRHURST, G. T. Organizational discourse and communication: the progeny of Proteus. **Discourse & Communication**, v. 2, n. 3, p. 299-320, 2008a.

KÄRREMAN, D.; ALVESSON, M. The communicational constitution of what? A response to Jian et al. **Discourse & Communication**, v. 2, n. 3, p. 321-325, 2008.

TAYLOR, J. R. Communication and discourse: is the bridge language? Response to Jian et al. **Discourse & Communication**, v. 2, n. 3, p. 347-352, 2008.

JIAN, G.; SCHMISSEUR, A. M.; FAIRHURST, G. T. The debate about organizational discourse and communication: a rejoinder. **Discourse & Communication**, v. 2, n. 3, p. 353-355, 2008b.

Método de Ensino / Atividade Programada

- Aula expositiva (dialogada) tomando por base as leituras rotuladas como 'Obrigatórias';
- Seminário dinâmico, com papéis pré-definidos para os(as) discentes participantes da disciplina que não estiverem responsáveis por apresentar o seminário referente a este Encontro. Instruções serão concedidas pelo docente, com antecedência razoável, via SIGAA-UFPB.

Encontro 11 | Unidade: III

Tema: Narrativas e Retórica nas Organizações

Referências da aula

Obrigatórias:

1) KRIZEK, R. L. Narrative and storytelling. In: SCOTT, C. R.; BARKER, J. R.; KUHN, T.; KEYTON, J.; TURNER, P. K.; LEWIS, L. K. (Ed.). **The international encyclopedia of organizational communication**. West Sussex: John Wiley & Sons, Inc., 2017. p. 1-17. <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc146>

2) GABRIEL, Y. Narratives and stories in organizational life. In: DE FINA, A.; GEORGAKOPOULOU, A. (Ed.). **The Wiley-Blackwell handbook of narrative analysis**. Malden: Wiley-Blackwell, 2015. p. 275-292.

3) FELDNER, S. B. Rhetorical approaches. In: SCOTT, C. R.; BARKER, J. R.; KUHN, T.; KEYTON, J.; TURNER, P. K.; LEWIS, L. K. (Ed.). **The international encyclopedia of organizational communication**. West Sussex: John Wiley & Sons, Inc., 2017. p. 1-13. <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc180>

4) BROWNING, L. D.; HARTELIUS, E. J. Rhetorical analysis in management and organizational research, 2007-2017. In: IHLEN, Øyvind; HEATH, Robert L. (Eds.). **The handbook of organizational rhetoric and communication**. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc, 2018. p. 81-93.

Complementares:

5) CENI, J.; RESE, Natália. Conto de fadas da lama: uma discussão sobre tipologia de *storytelling*. **Cadernos de Linguagem e Sociedade**, v. 20, n. 2, p. 74-92, 2019.

6) RAFFAELLI, S. C. D.; GARCIAS, P. M.; ESPEJO, M. M. D. S. B.; PORTULHAK, H. Estratégias retóricas de legitimação nos relatórios da administração: respostas ao movimento antitabagista. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 21, n. 3, p. 286-307, 2017.

Para saber mais:

ALVES, M. A.; BLIKSTEIN, I. Análise de narrativa. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (Org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e modelos**. São Paulo: Saraiva, 2006. p. 403-428.

ALVESSON, M. Organizations as rhetoric: knowledge-intensive firms and the struggle with ambiguity. **Journal of Management Studies**, v. 30, n. 6, p. 997-1015, 1993.

BARGE, J. K. Antenarrative and managerial practice. **Communication Studies**, v. 55, n. 1, p. 106-127, 2004.

BOJE, D. M. **Narrative methods for organizational and communication research**. 1. ed. London, Thousand Oaks, CA & New Delhi: Sage Publications, 2001.

BOJE, D. M. Narrative (story) theory. In: KESSLER, Eric H. (Ed). **The SAGE encyclopedia of management theory – volume 2**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2013. p. 501-503.

BORGES, J. F.; VALADÃO JÚNIOR, V. M. A construção do sentido e a retórica das empresas na *web*. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 6, n. 5, p. 1-21, 2008.

- BOYD, J. Institutional rhetoric. In: SCOTT, C. R.; BARKER, J. R.; KUHN, T.; KEYTON, J.; TURNER, P. K.; LEWIS, L. K. (Ed.). **The international encyclopedia of organizational communication**. West Sussex: John Wiley & Sons, Inc., 2017. p. 1-9. <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc112>
- BROWN, A. D.; STACEY, P.; NANDHAKUMAR, J. Making sense of sensemaking narratives. **Human Relations**, v. 61, n. 8, p. 1035-1062, Aug. 2008.
- CHASE, S. E. Narrative inquiry: multiple lenses, approaches, voices. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (Ed.). **The SAGE handbook of qualitative research**. 3. ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2005. p. 651-679.
- CHENEY, G. **Rhetoric in an organizational society**: managing multiple identities. Columbia, S.C.: University of South Carolina Press, 1991.
- CHENEY, G.; CHRISTENSEN, L. T.; CONRAD, C.; LAIR, D. J. Corporate rhetoric and organizational discourse. In: GRANT, D.; HARDY, C.; OSWICK, C.; PUTNAM, L. (Ed.). **The SAGE handbook of organizational discourse**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2004. p. 79-104.
- COOREN, F.; VAARA, E.; LANGLEY, A.; TSOUKAS, H. (Ed.). **Language and communication at work**: discourse, narrativity, and organizing. (Perspectives on Process Organization Studies). New York: Oxford University Press, 2014.
- CORVELLEC, H. Narrative approaches to organizations. In: WRIGHT, James D. (Ed.). **International encyclopedia of the social & behavioral sciences** – volume 15. 2. ed. Amsterdam, Netherlands: Elsevier, 2015. p. 194-197.
- CZARNIAWSKA, B. **A narrative approach to organization studies**. London: Sage Publications, 1998.
- CZARNIAWSKA, B. **Narratives in social science research** (Introducing Qualitative Methods Series). 1. ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2004.
- CZARNIAWSKA, B.; GAGLIARDI P. (Ed.). **Narratives we organize by**. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2003.
- DAILEY, S. L.; BROWNING, L. Retelling stories in organizations: understanding the functions of narrative repetition. **Academy of Management Review**, v. 39, n. 1, p. 22-43, 2014.
- DE FINA, A.; GEORGAKOPOULOU, A. Analysing narratives as practices. **Qualitative Research**, v. 8, n. 3, p. 379-387, 2008.
- DE FINA, A.; GEORGAKOPOULOU, A. (Ed.). **The Wiley-Blackwell handbook of narrative analysis**. Malden: Wiley-Blackwell, 2015.
- ELLIOTT, J. **Using narrative in social research** – qualitative and quantitative approaches. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2005.
- GABRIEL, Y. Narratives, stories and texts. In: GRANT, D.; HARDY, C.; OSWICK, C.; PUTNAM, L. (Ed.). **The SAGE handbook of organizational discourse**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2004. p. 61-77.
- GANZIN, M.; GEPHART JR., R. P.; SUDDABY, R. Narrative and the construction of myths in organizations. In: COOREN, F.; VAARA, E.; LANGLEY, A.; TSOUKAS, H. (Ed.). **Language and communication at work**: discourse, narrativity, and organizing. (Perspectives on Process Organization Studies). New York: Oxford University Press, 2014. p. 219-260.
- HARTELIUS, E. J.; BROWNING, L. D. The application of rhetorical theory in managerial research. **Management Communication Quarterly**, v. 22, n. 1, p. 13-39, 2008.
- HENDRY, P. M. The future of narrative. **Qualitative Inquiry**, v. 13, n. 4, p. 487-498, 2007.
- HOFF-CLAUSEN, Elisabeth. Rhetorical agency: what enables and restrains the power of speech? In: IHLEN, Øyvind; HEATH, Robert L. (Eds.). **The handbook of organizational rhetoric and communication**. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc, 2018. p. 287-299.
- HOLSTEIN, J. A.; GUBRIUM, J. F. (Ed.). **Varieties of narrative analysis**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2012.
- LARSEN, P. Rhetorical analysis. In: WRIGHT, James D. (Ed.). **International encyclopedia of the social & behavioral sciences** – volume 20. 2. ed. Amsterdam, Netherlands: Elsevier, 2015. p. 650-645.
- LUNSFORD, A. A.; WILSON, K. H.; EBERLY, R. A. (Ed.). **The SAGE handbook of rhetorical studies**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2009.
- MACDONALD, M. J. (Ed.). **The Oxford handbook of rhetorical studies**. England: Oxford University Press, 2017.
- MEDEIROS, C. R. O.; SILVEIRA, R. A.; OLIVEIRA, L. B. Mitos no desengajamento moral: retóricas da Samarco em um crime corporativo. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, n. 1, p. 70-91, 2018.
- MUMBY, D. K. The political function of narrative in organizations. **Communication Monographs**, v. 54, p. 113-127, June, 1987.
- PENTLAND, B. T. Building process theory with narrative: from description to explanation. **Academy of Management Review**, v. 24, n. 4, p. 711-724, Oct. 1999.
- POLKINGHORNE, D. E. Validity issues in narrative research. **Qualitative Inquiry**, v. 13, n. 4, p. 471-486, 2007.

RANTAKARI, A.; VAARA, E. Narratives and processuality. In: LANGLEY, A.; TSOUKAS, H. (Ed.). **The SAGE handbook of process organization studies**. 1 ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2017. p. 271-285.

RIESSMAN, Catherine Kohler. **Narrative methods for the Human Sciences**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2008.

SALVADOR, D. W.; RESE, N. O *sensegiving* no processo de elaboração de sentido da estratégia em pequenas empresas caracterizadas como organizações híbridas. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 128-159, 2017.

SHUMAN, A. Exploring narrative interaction in multiple contexts. In: HOLSTEIN, J. A.; GUBRIUM, J. F. (Ed.). **Varieties of narrative analysis**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2012. p. 125-150.

SUDDABY, R.; GREENWOOD, R. Rhetorical strategies of legitimacy. **Administrative Science Quarterly**, v. 50, n. 1, p. 35-67, 2005.

TSOUKAS, H.; HATCH, M. J. Complex thinking, complex practice: the case for a narrative approach to organizational complexity. **Human Relations**, v. 54, n. 8, p. 979-1013, Aug. 2001.

VAARA, E.; SONENSHEIN, S.; BOJE, D. Narratives as sources of stability and change in organizations: approaches and directions for future research. **The Academy of Management Annals**, v. 10, n. 1, p. 495-460, 2016.

WATSON, T, J. Rhetoric, discourse and argument in organizational sense making: a reflexive tale. **Organization Studies**, v. 16, n. 5, p. 805-821, 1995.

Método de Ensino / Atividade Programada

- Aula expositiva (dialogada) tomando por base as leituras rotuladas como 'Obrigatórias';
- Seminário dinâmico, com papéis pré-definidos para os(as) discentes participantes da disciplina que não estiverem responsáveis por apresentar o seminário referente a este Encontro. Instruções serão concedidas pelo docente, com antecedência razoável, via SIGAA-UFPB.

Encontro 12	Unidade: III
--------------------	---------------------

Tema: Comunicação, Simbolismo e Cultura Organizacional

Referências da aula

Obrigatórias:

1) KEYTON, J. Culture, Organizational. In: SCOTT, C. R.; BARKER, J. R.; KUHN, T.; KEYTON, J.; TURNER, P. K.; LEWIS, L. K. (Ed.). **The international encyclopedia of organizational communication**. West Sussex: John Wiley & Sons, Inc., 2017. p. 1-20. <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc155>

2) OLSON, S. R. Symbolism. In: DONSBACH, W. (Ed.). **The international encyclopedia of communication**. Malden: Blackwell Publishing, 2008. p. 4935-4939. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecs128>

3) LOEWENSTEIN, J. Culture and language. In: COHEN, D.; KITAYAMA, S. (Ed.). **Handbook of Cultural Psychology**. 2. ed. New York: The Guilford Press, 2019. p. 246-267.

4) SRIVASTAVA, S. B.; GOLDBERG, A. Language as a window into culture. **California Management Review**, v. 60, n. 1, p. 56-69, 2017.

Complementar:

5) GIRIN, J. A linguagem nas organizações: signos e símbolos. In: CHANLAT, J.-F. (Coord.). **O indivíduo na organização: dimensões esquecidas** – volume 3. São Paulo: Atlas, 1996. p. 23-66

Para saber mais:

ADAMOGLU DE OLIVEIRA, S. Do "*habitus* linguístico" e seu papel na prática da pesquisa científica. **Revista Brasileira de Estudos Organizacionais – RBEO**, v. 3, n. 2, p. 210-215, 2016.

ALVES, E. B.; ADAMOGLU DE OLIVEIRA, S. Wittgenstein e Bourdieu: linguagem, poder simbólico e análise da cultura organizacional. **Cadernos de Linguagem e Sociedade**, v. 18, n. 3, p. 352-370, 2017.

BARLEY, S. R.; MEYER, G. W.; GASH, D. C. Cultures of culture: academics, practitioners and the pragmatics of normative control. **Administrative Science Quarterly**, v. 33, n. 1, p. 24-60, 1988.

BOURDIEU, P. **Language and symbolic power**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1991.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas linguísticas: o que falar quer dizer**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996. ("Parte I: A Economia das Trocas Linguísticas", p. 21-78; e, Capítulos 1 e 2 da "Parte II: Linguagem e Poder Simbólico", p. 79-106)

CHENEY, G.; CHRISTENSEN, L. T. Organizational identity: linkages between internal and external communication. In: JABLIN, F. M.; PUTNAM, L. L. (Ed.). **The new handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2001. p. 231-269.

CHENEY, G.; CHRISTENSEN, L. T.; DAILEY, S. L. Communication identity and identification in and around organizations. In: PUTNAM, L. L.; MUMBY, D. K. (Ed.). **The SAGE handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods**. 3. ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2014. p. 695-716.

EISENBERG, E. M.; RILEY, P. Organizational culture. In: JABLIN, F. M.; PUTNAM, L. L. (Ed.). **The new handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2001. p. 291-322.

KEYTON, J. **Communication & organizational culture: a key to understanding work experiences**. 2. ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2011.

KEYTON, J. Organizational culture: creating meaning and influence. In: PUTNAM, L. L.; MUMBY, D. K. (Ed.). **The SAGE handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods**. 3. ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2014. p. 549-568.

KÖGLER, H-H. Overcoming semiotic structuralism: language and habitus in Bourdieu. In: SUSEN, S.; TURNER, B. S. (Ed.). **The legacy of Pierre Bourdieu: critical essays – Key Issues In Modern Sociology**. London, New York, Dehli: Anthem Press, 2011. p. 271-299.

MARCHIORI, M. R. As interconexões entre cultura organizacional e comunicação. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas – volume 2**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 293-320.

THACKABERRY, J. A. "Discursive opening" and closing in organizational self-study: culture as trap and tool in wildland firefighting safety. **Management Communication Quarterly**, v. 17, n. 3, p. 319-359, 2004.

Método de Ensino / Atividade Programada

- Seminário dinâmico, com papéis pré-definidos para os(as) discentes participantes da disciplina que não estiverem responsáveis por apresentar o seminário referente a este Encontro. Instruções serão concedidas pelo docente, com antecedência razoável, via SIGAA-UFPB.

Encontro 13	Unidade: III
--------------------	---------------------

Tema: Tecnologias da Informação e Comunicação [TICs] e Inovação nas Organizações

Referências da aula

Obrigatórias:

1) VAN DEN HOOFF, B. Information and communication technologies in organizations. In: SCOTT, C. R.; BARKER, J. R.; KUHN, T.; KEYTON, J.; TURNER, P. K.; LEWIS, L. K. (Ed.). **The international encyclopedia of organizational communication**. West Sussex: John Wiley & Sons, Inc., 2017. p. 1-20. <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc109>

2) LEONARDI, P. M.; BAILEY, D. E.; CRISTEA, I. C. Innovation. In: SCOTT, C. R.; BARKER, J. R.; KUHN, T.; KEYTON, J.; TURNER, P. K.; LEWIS, L. K. (Ed.). **The international encyclopedia of organizational communication**. West Sussex: John Wiley & Sons, Inc., 2017. p. 1-14. <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc111>

3) LEONARDI, P. M.; VAAST, E. Social media and their affordances for organizing: a review and agenda for research. **The Academy of Management Annals**, v. 11, n. 1, p. 150-188, 2017.

4) GEORGE, G.; HAAS, M. R.; PENTLAND, A. S. Big data and management. **Academy of Management Journal**, v. 57, n. 2, p. 321-326, 2014.

Complementar:

5) ORLIKOWSKI, W. J.; YATES, J.; OKAMURA, K.; FUJIMOTO, M. Shaping electronic communication: the metastructuring of technology in the context of use. **Organization Science**, v. 6, n. 4, p. 423-444, July/Aug. 1995.

Para saber mais:

ARGENTI, P. A. How technology has influenced the field of corporate communication. **Journal of Business and Technical Communication**, v. 20, n. 3, p. 357-370, July 1, 2006.

BEVERUNGEN, A.; BEYES, T.; CONRAD, L. The organizational powers of (digital) media. **Organization**, v. 26, n. 5, p. 621-635, 2019.

BIJKER, W. E. Social construction of technology. In: WRIGHT, James D. (Ed). **International encyclopedia of the social & behavioral sciences – volume 24**. 2. ed. Amsterdam, Netherlands: Elsevier, 2015. p. 135-140.

BOYD, D.; CRAWFORD, K. Critical questions for big data: provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. **Information, Communication & Society**, v. 15, n. 5, p. 662-679, 2012.

CARDOSO, Claudio. (Org.) **Comunicação organizacional: novas tecnologias, novas perspectivas**. Salvador: UniBahia Editora, 2002.

CORMAN, S. R. On being less theoretical and more technological in organizational communication. **Journal of Business and Technical Communication**, v. 20, n. 3, p. 325-338, 2006.

DOOLIN, B. Narratives of change: discourse, technology and organization. **Organization**, v. 10, n. 4, p. 751-770, 2003.

FRITH, J. Big data, technical communication, and the Smart City. **Journal of Business and Technical Communication**, v. 31, n. 2, p. 168-187, 2017.

FULK, J.; COLLINS-JARVIS, L. Wired meetings: technological mediation of organizational gatherings. In: JABLIN, F. M.; PUTNAM, L. L. (Ed.). **The new handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2001. p. 624-663.

LEONARDI, P. M.; BARLEY, S. R. What's under construction here? Social action, materiality, and power in constructivist studies of technology and organizing. **The Academy of Management Annals**, v. 4, n. 1, p. 1-51, 2010.

LEWIS, L. K. Organizational change and innovation. In: PUTNAM, L. L.; MUMBY, D. K. (Ed.). **The SAGE handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods**. 3. ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2014. p. 503-524.

LINTON, J. D. De-babelizing the language of innovation. **Technovation**, v. 29, n. 11, p. 729-737, 2009.

MARTINE, T.; COOREN, F.; BÉNEL, A.; ZACKLAD, M. What does really matter in technology adoption and use? A CCO approach. **Management Communication Quarterly**, v. 30, n. 2, p. 164-187, 2016.

PALLAS, J.; STRANEGÅRD, L.; JONSSON, S. (Ed.). **Organizations and the media: organizing in a mediatized world**. New York, NY: Routledge, 2014.

PARKS, M. R. Big data in communication research: its contents and discontents. **Journal of Communication**, v. 64, n. 2, p. 355-360, 2014.

RICE, R. E.; GATTIKER, U. E. New media and organizational structuring. In: JABLIN, F. M.; PUTNAM, L. L. (Ed.). **The new handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2001. p. 544-581.

RICE, R. E.; LEONARDI, P. M. Information and communication technologies in organizations. In: PUTNAM, L. L.; MUMBY, D. K. (Ed.). **The SAGE handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods**. 3. ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2014. p. 425-448.

SUTCLIFFE, K. M. Organizational environments and organizational information processing. In: JABLIN, F. M.; PUTNAM, L. L. (Ed.). **The new handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2001. p. 197-230.

TANTOUSH, T. Technology and organization. In: WRIGHT, James D. (Ed). **International encyclopedia of the social & behavioral sciences – volume 24**. 2. ed. Amsterdam, Netherlands: Elsevier, 2015. p. 113-116.

TREEM, J. W.; LEONARDI, P. M. Social media uses in organizations: exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association. **Communication Yearbook**, v. 36, n. 143-189, 2012.

Método de Ensino / Atividade Programada

- Seminário dinâmico, com papéis pré-definidos para os(as) discentes participantes da disciplina que não estiverem responsáveis por apresentar o seminário referente a este Encontro. Instruções serão concedidas pelo docente, com antecedência razoável, via SIGAA-UFPB.

Encontro 14 | Unidade: III

Tema: Comunicação e Estratégia Organizacional

Referências da aula

Obrigatórias:

- 1) MANTERE, S. What is organizational strategy? A language-based view. **Journal of Management Studies**, v. 50, n. 8, p. 1408-1426, 2013.
- 2) RINDOVA, V. P.; BECERRA, M.; CONTARDO, I. Enacting competitive wars: competitive activity, language games, and market consequences. **Academy of Management Review**, v. 29, n. 4, p. 670-686, 2004.
- 3) COOREN, F.; BENCHERKI, N.; CHAPUT, M.; VÁSQUEZ, C. The communicative constitution of strategy-making: exploring fleeting moments of strategy. In: GOLSORKHI, D.; ROULEAU, L.; SEIDL, D.; VAARA, E. (Orgs.) **Cambridge Handbook of Strategy as Practice**. 2. ed. New York: Cambridge Univ. Press, 2015. p. 365-388.
- 4) MARCHIORI, M.; BULGACOV, S. Strategy communication practice in organizations. **International Journal of Strategic Communication**, v. 6, n. 2, p. 199-211, 2012.

Complementar:

5) SANDEN, G. R. Language: the sharpest tool in the strategy toolbox. **Corporate Communications: An International Journal**, v. 21, n. 3, p. 274-288, 2016.

Para saber mais:

ADAMOGLU DE OLIVEIRA, S.; BULGACOV, Y. L. M. Wittgenstein e a Administração: potencialidades da pragmática da linguagem aos Estudos Organizacionais e à Estratégia. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 17, n. 5, p. 556-573, 2013.

AGGERHOLM, H. K.; ASMUSS, B. A practice perspective on strategic communication: the discursive legitimization of managerial decision. **Journal of Communication Management**, v. 20, n. 3, p. 195-214, 2016.

AMÂNCIO, J. A.; GONÇALVES, M. A.; MUNIZ, R. M. Valorizando a prática na pesquisa sobre estratégia. **Pretexto**, v. 9, n. 3, p. 59-78, 2008.

ARGENTI, P. A. Strategic communication in the C-Suite. **International Journal of Business Communication**, v. 54, n. 2, p. 146-160, 2017.

BALOGUN, J.; JACOBS, C.; JARZABKOWSKI, P.; MANTERE, S.; VAARA, E. Placing strategy discourse in context: socio-materiality, sensemaking and power. **Journal of Management Studies**, v. 51, n. 2, p. 175-201, 2014.

BARRY, D.; ELMES, M. Strategy retold: toward a narrative view of strategic discourse. **Academy of Management Review**, v. 22, n. 2, p. 429-452, 1997.

FAYARD, A-L. Language games: a conceptual lens for studying the co-production of materiality, practice, and discourse. **Communication Research and Practice**, v. 3, n. 3, p. 265-281, 2017.

FENTON, C.; LANGLEY, A. Strategy as practice and the narrative turn. **Organization Studies**, v. 32, n. 9, p. 1171-1196, 2011.

FREDRIKSSON, M.; PALLAS, J. Strategic communication as institutional work. In: HOTLZHAUSEN, D.; ZERFASS, A. (Ed.). **The Routledge handbook of strategic communication**. New York: Routledge, 2015. p. 143-156.

GORANSSON, K.; FAGERHOLM, A-S. Towards visual strategic communications: an innovative interdisciplinary perspective on visual dimensions within the strategic communications field. **Journal of Communication Management**, v. 22, n. 1, p. 46-66, 2018.

HARDY, C.; THOMAS, R. Strategy, discourse and practice: the intensification of power. **Journal of Management Studies**, v. 51, n. 2, p. 320-348, 2014.

HARDY, C.; PALMER, I.; PHILLIPS, N. Discourse as a strategic resource. **Human Relations**, v. 53, n. 9, p. 1227-1248, 2000.

HOTLZHAUSEN, D. Datafication: threat or opportunity for communication in the public sphere? **Journal of Management Communication**, v. 20, n. 1, p. 21-36, 2016.

HOTLZHAUSEN, D.; ZERFASS, A. (Ed.). **The Routledge handbook of strategic communication**. New York: Routledge, 2015.

JARZABKOWSKI, P.; SEIDL, D. The role of meetings in the social practice of strategy. **Organization Studies**, v. 29, n. 11, p. 1391-1426, 2008.

KIPNIS, D.; SCHMIDT, S. The language of persuasion. **Psychology Today**, v. 19, n. 4, April, p. 40-46, 1985.

KJELDSEN, A. K. Strategic communication institutionalized: a Scandinavian perspective. **Public Relations Inquiry**, v. 2, n. 2, p. 223-242, 2013.

KÜPERS, W.; MANTERE, S.; STATLER, M. Strategy as storytelling: a phenomenological collaboration. **Journal of Management Inquiry**, v. 22, n. 1, p. 83-100, 2013.

MARCELINO, C. W.; ADAMOGLU DE OLIVEIRA, S. Atacar, anuir ou defender? Respostas (políticas) estratégicas em escândalos de corrupção. **Organizações & Sociedade**, v. 28, n. 96, p. 187-218, 2021.

MEDEIROS, C. R. O.; ALCADIPANI, R. *Strategy as truth*: respostas estratégicas na gestão de crise após um crime corporativo. **Gestão & Produção**, v. 20, n. 4, p. 847-861, 2013.

OCASIO, W.; LAAMANEN, T.; VAARA, E. Communication and attention dynamics: an attention-based view of strategic change. **Strategic Management Journal**, v. 39, n. 1, p. 155-167, 2018.

PHILLIPS, N.; SEWELL, G.; JAYNES, S. Applying critical discourse analysis in strategic management research. **Organizational Research Methods**, v. 11, n. 4, p. 770-789, 2008.

REIS, M. C. Agenciamento comunicacional e mudança organizacional estratégica. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas – volume 2**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 275-292.

RESE, N.; CASALI, A. M.; CANHADA, D. I. D. Reflexões iniciais sobre comunicação organizacional na abordagem da estratégia como prática social. **Gestão e Sociedade**, v. 5, n. 10, p. 42-56, 2011.

SANDHU, S. Strategic communication: an institutional perspective. **International Journal of Strategic Communication**, v. 3, n. 2, p. 72-92, 2009.

SILLINCE, J.; JARZABKOWSKI, P.; SHAW, D. Shaping strategic action through the rhetorical construction and exploitation of ambiguity. **Organization Science**, v. 23, n. 3, p. 630-650, 2012.

SOUTO-MAIOR, J. **Planeação estratégica e comunicativa**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2012.

SPEE, A. P.; JARZABKOWSKI, P. Strategic planning as a communicative process. **Organization Studies**, v. 32, n. 9, p. 1217-1245, 2011.

ZERFASS, A. Institutionalizing strategic communication: theoretical analysis and empirical evidence. **International Journal of Strategic Communication**, v. 3, n. 2, p. 69-71, 2009.

Atividade Programada

- Seminário dinâmico, com papéis pré-definidos para os(as) discentes participantes da disciplina que não estiverem responsáveis por apresentar o seminário referente a este Encontro. Instruções serão concedidas pelo docente, com antecedência razoável, via SIGAA-UFPB.

Encontro 15 | Unidade: III

Tema: Síntese: Comunicação e Organização – Desafios e Caminhos Futuros

Referências da aula

Obrigatórias:

1) CONRAD, C.; SOLLITTO, M. History of Organizational Communication. In: SCOTT, C. R.; BARKER, J. R.; KUHN, T.; KEY-TON, J.; TURNER, P. K.; LEWIS, L. K. (Ed.). **The international encyclopedia of organizational communication**. West Sussex: John Wiley & Sons, Inc., 2017. p. 1-32. <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc097>

2) BOIVIN, G.; BRUMMANS, B. H. J. M.; BARKER, J. R. The institutionalization of CCO scholarship: trends from 2000 to 2015. **Management Communication Quarterly**, v. 31, n. 3, p. 331-355, 2017.

3) KUHN, T. Thinking heuristically: on the future of theorizing organization as communication. In: BLASCHKE, S.; SCHOENEBORN, D. (Ed.). **Organization as communication: perspectives in dialogue**. New York: Routledge, 2017. p. 141-147.

4) PUTNAM, L. L. Three potential keys to crossing CCO perspectives. In: BLASCHKE, S.; SCHOENEBORN, D. (Ed.). **Organization as communication: perspectives in dialogue**. New York: Routledge, 2017. p. 223-232.

Para saber mais:

CARLSON, E. J.; COOPER, K. R.; PILNY, A. Mixing methods in organizational communication research: current state and prospects for advancing knowledge. **Annals of the International Communication Association**, v. 40, n. 1, p. 349-415, 2015.

CHENEY, G. Organizational communication comes out. **Management Communication Quarterly**, v. 21, n. 1, p. 80-91, August, 2007.

COOREN, F.; BARTELS, G.; MARTINE, T. Organizational communication as process. In: LANGLEY, A.; TSOUKAS, H. (Ed.). **The SAGE handbook of process organization studies**. 1 ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2017. p. 513-528.

COOREN, F.; VAARA, E.; LANGLEY, A.; TSOUKAS, H. Language and communication at work: discourse, narrativity, and organizing – Introducing the fourth volume of "Perspectives on Process Organization Studies". In: COOREN, F.; VAARA, E.; LANGLEY, A.; TSOUKAS, H. (Ed.). **Language and communication at work: discourse, narrativity, and organizing**. (Perspectives on Process Organization Studies). New York: Oxford University Press, 2014. p. 1-16. (Ler: páginas 1-5; e 12-13)

KOSCHMANN, M. Communication as a distinct mode of explanation makes a difference. **Communication Monographs**, v. 77, n. 4, p. 431-434, 2010.

KRONE, K. Trends in organizational communication research: sustaining the discipline, sustaining ourselves. **Communication Studies**, v. 56, n. 1, p. 95-105, 2005.

MAY, S.; MUMBY, D. K. Conclusion: engaging the future of organizational communication theory and research. In: MAY, S.; MUMBY, D. K. (Ed.). **Engaging organizational communication theory and research: multiple perspectives**. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2005. p. 263-281.

MITRA, R.; MCDONALD, J. Moving forward: future directions in organizational communication. In: MCDONALD, J.; MITRA, R. (Ed.) **Movements in organizational communication research: current issues and future directions**. New York: Routledge, 2019. p. 272-286.

POOLE, M. S.; PUTNAM, L. L.; SEIBOLD, D. R. Organizational communication in the 21st century. **Management Communication Quarterly**, v. 11, n. 1, p. 127-138, August, 1997.

TAYLOR, J. R. Organizational communication at the crossroads. In: ROBICHAUD, D.; COOREN, F. (Ed.). **Organization and organizing: materiality, agency, and discourse**. London: Routledge, 2013. p. 207-221.

TAYLOR, J. R.; FLANAGIN, A. J.; CHENEY, G.; SEIBOLD, D. R. Organizational communication research: key moments, central concerns, and future challenges. **Annals of the International Communication Association**, v. 24, n. 1, p. 99-137, 2001.

Método de Ensino / Atividade Programada

- Aula expositiva (dialogada) tomando por base as leituras rotuladas como 'Obrigatórias';
- Fórum de debates acerca dos desenvolvimentos (vigentes e também latentes) dos estudos da linguagem e da comunicação organizacional, no que concerne às suas aplicabilidades, utilidades, potencialidades e limitações nos estudos da gestão e das organizações. Instruções serão concedidas pelo docente, com antecedência razoável, via SIGAA-UFPB.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

1. ARAÚJO, I. L. **Do signo ao discurso**: introdução à filosofia da linguagem. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.
2. AUROUX, S. **A filosofia da linguagem**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1998.
3. AUSTIN, J. L. **Quando dizer é fazer**: palavras e ação. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990.
4. BASTOS, C. L.; CANDIOTTO, K. B. B. **Filosofia da linguagem**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
5. BLASCHKE, S.; SCHOENEBOERN, D. (Ed.). **Organization as communication**: perspectives in dialogue. New York: Routledge, 2017.
6. COOREN, F.; TAYLOR, J. R.; VAN EVERY, E. J. (Ed.). **Communication as organizing**: empirical and theoretical approaches into the dynamic of text and conversation. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2006.
7. JABLIN, F. M.; PUTNAM, L. L. (Ed.). **The new handbook of organizational communication**: advances in theory, research, and methods. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2001.
8. KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação organizacional**: histórico, fundamentos e processos – volume 1. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
9. KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação organizacional**: linguagem, gestão e perspectivas – volume 2. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
10. MARCONDES, D. **Filosofia, linguagem e comunicação**. 3. ed. rev. ampl. São Paulo: Cortez, 2000.
11. MAY, S.; MUMBY, D. K. (Ed.). **Engaging organizational communication theory and research**: multiple perspectives. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2005.
12. MEDINA, J. **Linguagem**: conceitos-chave em filosofia. Porto Alegre: Artmed, 2007.
13. MUMBY, D. K. **Organizational communication**: a critical approach. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2013.
14. OLIVEIRA, M. A. **Reviravolta lingüístico-pragmática na filosofia contemporânea**. 3. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2006.
15. ORLANDI, E. P. **O que é linguística**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 2013.
16. PUTNAM, L. L.; MUMBY, D. K. (Ed.). **The SAGE handbook of organizational communication**: advances in theory, research, and methods. 3. ed. London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications, 2014.
17. PUTNAM, L. L.; NICOTERA, A. M. (Ed.). **Building theories of organization**: the constitutive role of communication. New York: Routledge, 2009.
18. SCOTT, C. R.; BARKER, J. R.; KUHN, T.; KEYTON, J.; TURNER, P. K.; LEWIS, L. K. (Ed.). **The international encyclopedia of organizational communication**. West Sussex: John Wiley & Sons, Inc., 2017. DOI: 10.1002/9781118955567.
19. SEARLE, J. R. **Os actos de fala**: um ensaio de filosofia da linguagem. Coimbra, Portugal: Livraria Almedina, 1981.
20. TAYLOR, J. R. **Rethinking the theory of organizational communication**: how to read an organization. Norwood, N.J.: Ablex Pub. Corp, 1993.



PLANO DE ENSINO

Disciplina:	SPPGA0131 - Métodos Qualitativos Em Administração II				
Professor:	Nelsio Rodrigues de Abreu, Dr. Renata Francisco Baldanza, Dra.		Contato: nelsio@gmail.com e renatabaldanza@gmail.com		
Carga Horária:	60 horas/semestre		Créditos: 04		
Período Letivo:	2022.2	Dia:	Segunda-feira	Horário:	Das 08:00 às 12:00

I – Ementa

A prática da Pesquisa Qualitativa. Métodos de coleta e análise de material empírico: entrevista, grupo focal e grupo de discussão, técnicas de observação. Dados Visuais. Estratégias de análise e interpretação de dados e uso de *softwares* na análise de dados na pesquisa qualitativa. Validade e Confiabilidade na Pesquisa Qualitativa.

II – Objetivos

A disciplina tem por objetivos aprofundar conhecimentos em métodos qualitativos em Administração e especificamente:

- Conhecer as principais formas de coletar e analisar dados qualitativos.
- Conduzir adequadamente coleta de dados qualitativos.
- Empreender análise de dados qualitativos.

III – Programa

UNIDADES	TEMAS	CONTEÚDOS
I	Técnicas de coleta de dados qualitativos	- Tipos de entrevistas - Tipos de observação - Tipos de documentos
II	Análise de dados qualitativos	- Análise de conteúdo - Análise do discurso - Análise de narrativas - Análise interpretativa e sensorial - Codificação
II	Escrita da pesquisa qualitativa	- Conceitos e técnicas de escrita

IV – Metodologia

O curso será desenvolvido por meio de aulas expositivas dialogadas, discussão de textos, trabalhos em grupo e prática de coleta e análise de dados. Nas aulas expositivas, o docente responsável pela disciplina destacará os temas centrais dos textos selecionados para discussão. Caberá ao docente, também, estimular e mediar os debates, além de esclarecer pontos obscuros e expor temáticas tangenciais e complementares aos assuntos abordados. Para garantir a reflexão dos conteúdos e um debate enriquecedor, os estudantes devem realizar previamente as leituras indicadas e preparar as atividades programadas para o encontro. As aulas práticas serão conduzidas por meio da realização de exercícios simulados e o desenvolvimento de uma pesquisa qualitativa.

V – Avaliação

A avaliação será um processo contínuo e objetiva para analisar o desempenho do discente durante a disciplina. O processo abrange os seguintes critérios:

*Participação dos Alunos:

- atenção na exposição;
- envolvimento no processo de aprendizagem;
- utilização de conhecimentos teóricos para apoiar seus argumentos;
- capacidade de estabelecer relações causais;
- capacidade de contextualização de conceitos;
- capacidade de expressão oral e escrita.

Para a determinação do conceito final da disciplina, serão consideradas as seguintes atividades e seus respectivos pesos na avaliação:

Participação ativa na disciplina suportada por produção de material próprio para cada aula e discussão dos textos indicados.	30%
Produção de trabalhos (individuais/em grupo) no transcorrer da disciplina.	30%
Seminário Final.	40%

Observação:

Para cada uma das atividades, será apresentado um roteiro com todas as instruções e procedimentos para a sua realização. A “Programação da Disciplina” poderá sofrer alterações de acordo com a dinâmica de trabalho e o perfil da turma.

PROGRAMAÇÃO DA DISCIPLINA

Encontro 1	Data: 01/08/2022	Tema: Introdução à pesquisa qualitativa	Resp.: Nelsio e Renata
Bibliografia obrigatória:			
<p>ASPERS, P.; CORTE, U. What is qualitative in qualitative research. Qualitative Sociology, v. 42, n. 2, p. 139-160, 2019.</p> <p>BISPO, M. S. Pesquisas Qualitativas: Para além do método na pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. In FAZZI, R. de C.; LIMA, J. A. Campos das Ciências Sociais: figuras do mosaico das pesquisas no Brasil e em Portugal. São Paulo: Vozes, 2020.</p> <p>STAKE, R. E. Pesquisa Qualitativa: estudando como as coisas funcionam. Porto Alegre: Penso, 2011. Cap. 1.</p>			
Atividade Programada:			
- Discussão do texto.			

Encontro 2	Data: 08/08/2022	Tema: Entrevista I	Resp.: Nelsio e Renata
Bibliografia obrigatória:			
<p>FLICK, U. Introdução à Pesquisa Qualitativa. Porto Alegre: Artmed, 2009. Cap. 13 e 14.</p> <p>SEIDMAN, I. Interviewing as Qualitative Research: a guide for researchers in education and the social sciences. 4. ed. New York: Teachers College Press, 2011. Cap. 1.</p>			
Atividade Programada:			
- Discussões dos textos e exercício em sala de aula.			

Encontro 3	Data: 15/08/2022	Tema: Entrevista II	Resp.:
Bibliografia obrigatória:			
FLICK, U. Introdução à Pesquisa Qualitativa . Porto Alegre: Artmed, 2009. Cap. 15.			
Atividade Programada:			
- Dúvidas sobre o texto e exercícios em sala de aula.			

Encontro 4	Data: 22/08/2022	Tema: Observação I	Resp.:
Bibliografia obrigatória:			
<p>FLICK, U. Introdução à Pesquisa Qualitativa. Porto Alegre: Artmed, 2009. Cap. 17.</p> <p>MARIETTO, M. L. Observação participante e não participante: contextualização teórica e sugestão teórica eroteiro ara aplicação dos métodos. Revista Iberoamericana de Estratégia, v. 17, n. 4, p. 5-18, 2018.</p>			
Atividade Programada:			
- Discussões dos textos.			

Encontro 5	Data: 29/08/2022	Tema: Observação II	Resp.:
Bibliografia obrigatória:			
<p>EMERSON, R.M.; FRETZ, R.I.; SHAW, L. Writing Ethnographic fieldnotes. 2. Ed. Chicago: Chicago Press, 2011. Cap. 2.</p> <p>FLICK, U. Introdução à Pesquisa Qualitativa. Porto Alegre: Artmed, 2009. Cap. 18.</p>			
Atividade Programada:			
- Discussões dos textos e exercícios.			

Encontro 6	Data: 05/09/2022	Tema: Observação III	Resp.:
Bibliografia obrigatória:			
<p>BOELLSTORFF, T.; NARDI, B.; PEARCE, C.; TAYLOR, T. L. Ethnography and virtual worlds: a handbook of method. Princeton: Princeton University Press, 2012. Cap. 7.</p> <p>DEUS, E. P.; CAMPOS, R. D.; ROCHA, A. R. Memes como um Atalho para a Cultura do Consumo: Uma Abordagem Metodológica para Ideologias Coletivas Encobertas. Revista de Administração Contemporânea, v. 26, 2022.</p> <p>FLICK, U. Introdução à Pesquisa Qualitativa. Porto Alegre: Artmed, 2009. Cap. 20.</p>			
Atividade Programada:			
- Discussões dos textos e exercícios em sala de aula – observações virtuais.			

Encontro 7	Data: 12/09/2022	Tema: Documentos I	Resp.:
Bibliografia obrigatória: BARROS, A. Archives and the 'Archive': dialogue and an agenda of research in organization studies. Q&S , v. 23, n. 79, p. 609-623, 2016. FLICK, U. Introdução à Pesquisa Qualitativa . Porto Alegre: Artmed, 2009. Cap. 19.			
Atividade Programada: - Discussões dos textos.			

Encontro 8	Data: 19/09/2022	Tema: Documentos II	Resp.:
Bibliografia obrigatória: Não há.			
Atividade Programada: - Exercícios em sala de aula (trazer artigo que utilizou na análise de documentos).			

Encontro 9	Data: 26/09/2022	Tema: Análise de dados qualitativos I	Resp.:
Bibliografia obrigatória: FLICK, U. Introdução à Pesquisa Qualitativa . Porto Alegre: Artmed, 2009. Cap. 23. SEIDMAN, I. Interviewing as Qualitative Research: a guide for researchers in education and the social sciences . 4. ed. New York: Teachers College Press, 2011. Cap. 8.			
Atividade Programada: - Discussões dos textos			

Encontro 10	Data: 03/10/2022	Tema: Análise de dados qualitativos II	Resp.:
Bibliografia obrigatória: EMERSON, R.M.; FRETZ, R.I.; SHAW, L. Writing Ethnographic fieldnotes . 2. Ed. Chicago: Chicago Press, 2011. Cap. 6.			
Atividade Programada: - Discussão do texto e exercícios de codificação de dados.			

Encontro 11	Data: 10/10/2022	Tema: Análise de dados qualitativos III	Resp.:
Bibliografia obrigatória: BARDIN, L. Análise de Conteúdo . Lisboa: 70 Edições, 2011. (terceira parte - método). Cap. 1, 2 e 3.			
Atividade Programada: - Exercício de análise de discurso.			

Encontro 12	Data: 17/10/2022	Tema: Análise de dados qualitativos IV	Resp.:
Bibliografia obrigatória: SOUZA, P. Análise do discurso . Florianópolis: LLV/CCE/UFSC, 2011. (livro todo para quem for utilizar na dissertação ou tese e unidade D para os demais).			
Atividade Programada: - Discussão do texto e exercício de análise de discurso e narrativa.			

Encontro 13	Data: 24/10/2022	Tema: Análise de dados qualitativos V	Resp.:
Bibliografia obrigatória:			
PINK, S. Doing Sensory Ethnography . London: Sage Publications, 2015. Cap. 8.			
THANEM, T.; KNIGHT, D. Embodied Research Methods . London: Sage, 2019. Cap. 7.			
Atividade Programada:			
- Discussões dos textos e exercício de análise interpretativa e sensorial.			

Encontro 14	Data: 31/10/2022	Tema: Escrita de dados qualitativos	Resp.:
Bibliografia obrigatória:			
CRESWELL, J. W.; POT, C. N. Qualitative Inquiry & Research Design: choose among five approaches . 4. ed. Thousand Oaks (California): Sage, 2018. Cap. 9			
Atividade Programada:			
- Discussão do texto e trazer um artigo qualitativo de revistas top-tier 1.			

Encontro 15	Data: 07/11/2022	Tema: Escrita do texto qualitativo e teorização	Resp.:
Bibliografia obrigatória:			
BARNES, H. M.; MCCREANOR, T. Decolonising Qualitative Research Design. In: FLICK, U. The SAGE Handbook of Qualitative Research Design . SAGE, 2022. Cap. 13.			
SWEDBERG, R. (Ed.). Theorizing in Social Science: the context of discovery . Stanford: Stanford University Press, 2014. Cap. 1, e textos de apoio escolhido pelos discentes.			
Atividade Programada:			
- Seminário final (as explicações serão dadas ao longo da disciplina).			

Outras referências, se necessárias, serão indicadas pelo professor e pelos colegas no decorrer da disciplina.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- ANGROSINO, M. **Etnografia e Observação Participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- BANKS, M. **Dados Visuais para Pesquisa Qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009 (Coleção Pesquisa Qualitativa)
- BARBOUR, R. **Grupos Focais**. Porto Alegre: Artmed, 2009 (Coleção Pesquisa Qualitativa).
- BRYMAN, A. **Quantity and quality in social research**. London: Unwin Hyman, 1988.
- CASSELL, C.; SYMON, G.; (eds.) **Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research**, 2004.
- CATERALL, M.; MACLARAN, P. Focus group data and qualitative analysis programs: coding the moving picture as wellthe snapshots. **Sociological Research Online**, v. 2, n. 1, 1997.
- COFFEY, A. **The ethnographic self: fieldwork and the representation of identity**, 1999.
- COGHLAN, D.; BRANNICK, T. **Doing action research in your own organization**. Thousand Oaks: Sage Publications,2005.
- COGHLAN, D.; BRANNICK, T. **Doing action research**. London: Sage Publications, 2001.
- DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (Org.). **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Porto Alegre:Bookman, 2006.
- DENZIN, N.K.; LINCON, Y.S. **The handbook of qualitative research**. 3. ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc.,2005.
- DOUGLAS, D. Grounded theories of management: a methodological review. **Management Research News**, v. 26, n. 5,p. 44-52, 2003.
- EDMUNDS, H. **Focus group research handbook**. New York: AMA, 2000.
- EISENHARDT, K. M. Building theories from case study research. **Academy of Management Review**, v. 14, n. 4, p. 532-550, 1989.
- EISENHARDT, K. M.; GRAEBNER, M. E. Theory building from cases: opportunities and challenges. **Academy of Man-agement Journal**, v. 50, n. 1, p. 25-32, 2007.
- ELLINGSON, Laura L. **Embodiment in qualitative research**. Routledge, 2017.
- ELLIOT, J. **Using narrative in social research: qualitative and quantitative approaches**. London: Sage Publications,2005.
- FERREIRA, M. M.; AMADO, J. **Usos e abusos da história oral**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001.
- FLICK, U. **Desenho da Pesquisa Qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009 (Coleção Pesquisa Qualitativa).
- FLICK, U. **Qualidade na Pesquisa Qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009 (Coleção Pesquisa Qualitativa).
- FREITAS, S. **História oral: possibilidades e procedimentos**. São Paulo: Humanitas, 2002.
- GERRING, J. **Case study research: principles and practices**. Cambridge: Cambridge University Press, 2006.
- GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. **A Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais: paradigmas,estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- HAVE, P. t. **Understanding qualitative research and ethnomethodology**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2004.
- JAIME JUNIOR, P. **Pesquisa em organizações: por uma abordagem etnográfica**. Civitas, v. 3, n. 2, 2003.
- KOZINETS, R. V. Netnography for management and business research. **The Sage handbook of qualitative business and management research methods**, p. 384-397, 2018.
- KOZINETS, R. V. **Netnography: redefined**. Sage, 2015.
- KOZINETS, R. V. **Netnography**. Handbook of qualitative research methods in marketing, p. 129-142, 2006.
- MAANEN, J. V. The fact of fiction in organizational ethnography. **Administrative Science Quarterly**. V. 24, 539-550, dez.1979.
- MERRIAM, S.B. **Qualitative Research: a guide to design and interpretation**. San Francisco: Jossey-Bass, 2009.

- MORGAN, D. L. **Focus group as qualitative research**. Thousand Oaks: Sage Publications, 1997.
- ORLANDI, E. P. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2005.
- PATTON, M. Q. **Qualitative research & evaluation methods**. 3. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2002.
- PEDRO, Emília Ribeiro. **Análise Crítica do Discurso**. Lisboa: Editora Caminho, 1997.
- PEREIRA, J. C. R. **Análise de dados qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e soci-ais**. São Paulo: EDUSP, 1999.
- REASON, P.; BRADBURY, H. **Handbook of action research: participative inquiry & practice**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2001.
- RUEDIGER, M. A.; RICCIO, V. **Grupo focal: método e análise simbólica da organização e da sociedade**. In: Vieira, M. M.F.; Zouain, D. M. **Pesquisa qualitativa em administração**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004, p. 151-172.
- SANDBERG, J. How do we justify knowledge produced within interpretive approaches? **Organizational ResearchMethods**, v. 8, n. 1, p. 41-68, January 2005.
- SILVERMAN, D. (ed.) **Qualitative research: theory, method and practice**. 2nd ed. 2004.
- SILVERMAN, D. **Interpreting qualitative data: methods for analysing talk, text and interaction**. Newbury Park (CA):Sage, 1995.
- SILVERMAN, D. **Um livro bom, pequeno e acessível sobre pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- SILVERMANN, D. **Qualitative methodology and sociology: describing the social world**. Aldershot: Grower, 1985.
- STAKE, R. E. **Multiple case study analysis**. New York: Guilford Press, 2005.
- STAKE, R. E. **The art of case study research**. Thousand Oaks: Sage Publications, 1995.
- STEWART, D. W.; SHAMDASAMI, P. N.; ROOK, D. W. **Focus group: theory and practice**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2007.
- STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Basics of qualitative research: grounded theory procedures and techniques**. London: Sage,1990.
- STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Pesquisa Qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de uma teoria fundamentada**. 2. Ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.
- STRINGER, E. T. **Action research: a handbook for practitioners**: Sage Publications, 1996. THIOLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação**. 15ª. ed. São Paulo: Cortez Editora, 2007.
- THIOLENT, M. **Pesquisa-ação nas organizações**. São Paulo: Atlas, 1997.
- VAGLE, M. D. **Crafting phenomenological research**. California: Left Coast Press, 2014.
- VAN MANEN, M. **Researching lived experienced**. New York: State of New York Press, 1990.
- YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- YIN, R. K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Penso Editora, 2016.

PLANO DE ENSINO

Prática de Ensino em Administração - 2022/2

Professora: Ana Lúcia de Araújo Lima Coelho, Dra.	Contatos: praticandoadocencia@gmail.com ana.coelho@academico.ufpb.br
Créditos/Nº aulas: 4 créditos/60 horas-aula	Horário: Sexta-feira, 8h às 12h
Eixo de formação: Didática	Natureza: Eletiva Geral

Ementa:

Origens e bases reguladoras do ensino em Administração. A relação ensino-aprendizagem. O planejamento do ensino. Estratégias e Práticas Pedagógicas. Avaliação da aprendizagem. Uso de tecnologias da informação e comunicação nos processos de ensino-aprendizagem. Gestão do ensino: projetos pedagógicos, matrizes curriculares, atividades extracurriculares e de interesse curricular, atividades de integração multidisciplinar, interdisciplinar e/ou transdisciplinar.

Apresentação e orientações gerais:

- A disciplina tem por finalidade promover o desenvolvimento de saberes e competências docentes de base para atuação em nível de graduação (ou especialização), promovendo uma visão ampla da prática docente, e buscando apresentar, debater, refletir e compreender, em termos teórico e prático, as principais demandas no contexto do ensino superior brasileiro contemporâneo. A disciplina é eletiva e tem 60 horas divididas em **15 encontros** de **4 horas** realizados ao longo do semestre 2022.2, podendo receber matrícula de alunos especiais.
- A execução da disciplina é **presencial**, com ou sem mediação virtual (ou remota) caso necessário, a depender das deliberações e protocolos da Universidade. Um cronograma será entregue aos estudantes no início do semestre letivo.
- A dinâmica de debates reflexivos da disciplina impõe a necessidade de **leitura prévia dos materiais** a cada encontro. Por esta razão, a programação da disciplina já prevê as indicações bibliográficas por encontro, com o auxílio dos pós-graduandos como responsáveis pela condução dos debates, mediante artigos e capítulos de livros a serem explorados, ou outro material disponibilizado. Será divulgada a listagem dos responsáveis via Sigaa. A disciplina será desenvolvida por meio de **aulas expositivas dialógicas**, com debate, análise e discussão de textos, com a interação de **Metodologias ou Estratégias de Ensino**, podendo a aula ser auxiliada com **Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs)**, quando necessárias, bem como mediante atividades em classe e/ou extraclasse.
- Considerando as circunstâncias de cada encontro, a perspectiva de apresentação deverá seguir uma lógica introdutória, exploratória, e não exaustiva. Ao final de cada encontro, poderá ser reservado um momento para a reflexão final sobre a temática abordada no dia. Será exigida a entrega de uma **Memória da Aula**, referente aos **1º, 4º e 7º** encontros.
- Para tal, a memória poderá ser produzida em formato de áudio ou por escrito e enviada em até 48 horas após a realização do encontro via *e-mail* ou Whatsapp.
- Nesta memória serão feitos os registros do conhecimento construído até aquele encontro, das impressões geradas a partir das discussões e reflexões realizadas, como ainda a manifestação das inquietações, sugestões, dúvidas ou anseios que podem ter gerado até aquele momento.
- Para a operacionalização de certas atividades demandadas, será utilizada a plataforma do Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas (**Sigaa**)/UFPB, tais como: Fórum de Debates, Fórum de Dúvidas, Fórum das Estratégias de Ensino.
- A disciplina tem **horário de início (8h) e fim (12h)** devendo ser respeitado e cumprido por todos, podendo ser ajustado, se previamente acordado entre docente e turma. Eventuais atrasos poderão ser tolerados, desde que não seja uma recorrência.

Estrutura da disciplina:			
A disciplina está dividida em duas unidades, sendo estabelecido um objetivo para cada unidade, compreendendo conteúdos relevantes no intuito promover o desenvolvimento de saberes e competências docentes, conforme destacadas a seguir:			
UNI-DADE	OBJETIVO	CONTEÚDO	COMPETÊNCIAS
I	Debater elementos do contexto geral da prática e da profissão docente	<ul style="list-style-type: none"> • O docente e sua atividade profissional • O conhecimento e o aprendizado de Administradores 	<ul style="list-style-type: none"> • Refletir sobre desafios do contexto de atuação docente • Desenvolver saberes da prática docente
II	Compreender e exercitar atividades de base da ação docente em Administração	<ul style="list-style-type: none"> • Aspectos relacionais do trabalho docente • Fundamentos da teoria do currículo no contexto da formação em Administração • Fundamentos e habilidades do processo de ensino-aprendizagem • Teoria e prática do planejamento da formação docente em Administração • Teoria e prática da avaliação da formação docente em Administração • Experiências práticas de estratégias de ensino/metodologias ativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Compreender aspectos relacionais da formação docente • Discutir o Currículo na formação docente e suas articulações • Planejar uma disciplina e uma aula • Analisar aspectos da avaliação da aprendizagem • Desafiar-se para atuar em sala de aula com uso de estratégias (metodologias) de ensino

Avaliação da Aprendizagem:

O critério de avaliação dos alunos regularmente matriculados na disciplina será a presença e o cumprimento das demandas de atividades em sala, em especial a participação nas atividades individual/de grupos, e das demais atividades solicitadas extraclasse. Serão levados em conta: **A) Participação** – frente aos aspectos de engajamento, comprometimento e colaboração; **B) produção de Memórias da Aula;** **C) desenvolvimento e aplicação de Estratégias de Ensino** - mediante a gravação de um **vídeo (c.1)** e ministração de uma **aula simulada** com a turma (**c.2**), bem como a elaboração do **Plano de Aula (c.3)** e de uma **Rubrica de Avaliação (c.4)** referente a estratégia de ensino utilizada; e, por fim, **D) a realização de trabalho individual final - Relato Reflexivo ou Vídeo-Relato.**

O prazo de entrega do trabalho final: até **09/Dezembro/2022**.

Referências básica e complementar:

- ANTUNES, C. *Como desenvolver as competências em sala de aula*. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2012.
- ANTUNES, C. *Professor bonzinho = aluno difícil: a questão da indisciplina na sala de aula*. 11.ed. Petrópolis: Vozes, 2015.
- BORBA, A. M. de; LUZ, S. P. da (Coord.). *Formação continuada para docentes do Ensino Superior: apontamentos para novas alternativas pedagógicas*. Itajaí: UNIVALI, 2002.
- FERREIRA, A. L. Afetividade, convivência emocional e sedução: estratégias pedagógicas na prática dos professores? In: CAMINHA, I. de O. (Org.). *Inconsciente e educação*. Curitiba: CRV, 2012, p.164-185.
- FREIRE, P. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. 46.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.
- GAETA, C; MASETTO, M. *O professor iniciante no ensino superior: aprender, atuar e inovar*. São Paulo: Senac São Paulo, 2013.
- GARAVALIA, L. S.; HUMMEL, J. H.; WILEY, L. P.; HUITT, W. G. Constructing the course syllabus: faculty and student perceptions of important syllabus components. *Journal of Excellence in College Teaching*, v. 10, n. 1, p. 5-21, 1999.
- GIL, A. C. *Metodologia do ensino superior*. 5.ed. São Paulo: Grupo GEN, 2020.
- GODOI, C. K.; XAVIER, W. O produtivismo e suas anomalias. *Cadernos EBAPE.BR*, v. 10, n. 2, Opinião 1, Rio de Janeiro, Jun. 2012, p.456-465.
- LOWMAN, J. *Dominando as técnicas de ensino*. São Paulo: Atlas, 2004.

MASETTO, M. T. *Competência pedagógica do professor universitário*. 2.ed. São Paulo: Summus, 2012.

MONTEIRO, A. R. *Profissão docente: profissionalismo e autorregulação*. São Paulo: Cortez, 2015.

MELLO, C. de M.; NETO ALMEIDA, J. R. M de; PETRILLO, T. P. *Metodologias ativas: desafios contemporâneos e aprendizagem transformadora*. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2020.

SILVA, A. B.; COSTA, F. J. Itinerários para o desenvolvimento da competência docente na pós-graduação Stricto Sensu em Administração. *Revista Economia & Gestão*, v. 14, n. 34, p. 30-57, 2014.

SILVA, A. B. Reflexões teórico-práticas de um Sistema de Aprendizagem-em-Ação para a Educação em Administração. Nacional de Pós-Graduação em Administração – ENANPAD. *Anais...*, Rio de Janeiro: ANPAD, 2013.

TARDIFF, M.; LESSARD, C. O trabalho docente hoje: elementos para um quadro de análise. In. _____; _____. *O trabalho docente: elementos para uma teoria da docência como profissão de interações humanas*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2007, p.15-54.



Universidade Federal da Paraíba – UFPB
Centro de Ciências Sociais Aplicadas - CCSA
Programa de Pós-graduação em Administração – PPGA

PLANO DE DISCIPLINA

Terceiro Setor - 2022	
Professor: Carlos Eduardo Cavalcante	Titulação: Dr.
Contatos: cavalcanteeduardo@gmail.com - 8828 2490	
Créditos/Nº aulas: 4 créditos/ 60 horas-aula	Dia e horário: 2ª-feira, das 08:00 às 12:00
Pasta virtual com referências básicas das aulas: https://drive.google.com/drive/folders/120-EoyQuMmHnjXH9RiqwPxwF7BgW6S-G?usp=sharing	

Ementa:

Gestão de Organizações do Terceiro Setor. Conceito. Origem, história, escopo e diversidade do setor. Trabalho Voluntário Formal e Informal. Voluntariado virtual. Voluntariado geracional. Movimentos sociais e ativismo. Antecedentes, correlatos e consequentes do voluntariado.

Apresentação: A disciplina discute elementos ligados ao Terceiro Setor, à gestão de organizações deste contexto e do trabalho voluntário. Inicialmente estuda a história e o conceito deste setor, para em seguida, discutir a gestão de ONGs, por meio de temas como o profissionalismo e ética, para finalizar a disciplina tratando do trabalho voluntário, no seu conceito, elementos motivacionais, trabalho voluntário geracional, virtual e eventual/episódico.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

Encontro 1	Data: 1/8
Tema: Apresentação do Plano de Ensino/ Discussão preliminar dos temas da disciplina	

Encontro 2 -	Data: 8/8
Tema: Conceito de Terceiro Setor	
Referência básica da aula SALAMON, L.M. & SOKOLOWSKI, S.W. Beyond Nonprofits: Re-conceptualizing the Third Sector. <i>Voluntas</i> (2016) 27: 1515. https://doi.org/10.1007/s11266-016-9726-z	

Encontro 3 -	Data: 15/8
Tema: Cidadania e Participação Social	
Referência básica da aula CARVALHO, José Murilo de. Cidadania no Brasil. O longo Caminho. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. Capítulo 1 e 2	

Encontro 4 –	Data: 22/8
Tema: Cidadania e Participação Social	
Referência básica da aula CARVALHO, José Murilo de. Cidadania no Brasil. O longo Caminho. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. Capítulo 3 e 4	

Encontro 5 -	Data: 29/8
Tema: Teorias de Surgimento do Terceiro Setor	
Referência básica da aula ANHEIER H. K. Nonprofit Organizations Theory, Management, Policy. 2nd Edition, Routledge: London. Cap 6.	

Encontro 6 –	Data: 5/9
Tema: Evolução Histórica do Terceiro Setor	
Referência básica da aula TOCQUEVILLE, Aléxis. A Democracia na América. São Paulo: Martins Fontes, 1998. I Parte, do I ao V.	

Encontro 7 –	Data: 12/9
Tema: Terceiro Setor – Brasil	
Referências básicas da aula Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil: Lei 13.019/2014. http://plataformamaisbrasil.gov.br/images/docs/MROSC/Publicacoes_SG_PR/LIVRETO_MROSC_WEB.pdf	

Encontro 8 -	Data: 19/9
Tema: Trabalho Voluntário – Conceito	
Referência básica da aula CAVALCANTE, C. E. Motivação de voluntários: teoria e prática. Curitiba: Appris, 2016. 215p. Cap 2 e 3	

Encontro 9 -	Data: 26/9
Tema: Trabalho voluntário e religião/espiritualidade	
Referência básica da aula HUSTINX, J. VON ESSEN, J. Haers, & S. Mels (Eds.), Religion and volunteering : complex, contested and ambiguous relationships. New York, NY, USA: Springer. Capítulos 1 e 5. VALE, S. C. do; CAVALCANTE, C. E. “Religiosidade e Engajamento no Trabalho Voluntário: Um Estudo sobre a Pastoral Juvenil da Igreja Católica”. Working Paper of the GETS - Grupo de Estudos do Terceiro Setor. Disponível em < http://plone.ufpb.br/gets/contents/menu/publicacoes/material-em-andamento/working-papers-1 >. Acesso em: 27 jun. 2022	

Encontro 10 -	Data: 3/10
Tema: Trabalho voluntário e práticas de cidadania	
Referência básica da aula CALDAS, P. T.; CAVALCANTE, C. E.; SERAFIM, L. “Small Actions, Greater Results”: Relations Between Volunteering and Citizenship. Working Paper of the GETS - Grupo de Estudos do Terceiro Setor. Disponível em < http://plone.ufpb.br/gets/contents/menu/publicacoes/material-em-andamento/working-papers-1 >. Acesso em: 27 jun. 2022	

Encontro 11 –	Data: 10/10
Tema: Coprodução: conceito	
Referência básica da aula	
SALM, José F.; MENEGASSO, Maria Ester. Proposta de modelos para a coprodução do bem público a partir das tipologias de participação. In: XXXIV Encontro Científico de Administração da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - ANPAD. Rio de Janeiro: ANPAD, Anais, 2010.	
CHAEBO, GEMAEL ; MEDEIROS, J. J. . Reflexões conceituais em coprodução de políticas públicas e apontamentos para uma agenda de pesquisa. CADERNOS EBAPE.BR (FGV), v. 15, p. 1, 2017.	

Encontro 12 -	Data: 17/10
Tema: Coprodução: motivações	
Referência básica da aula	
BEZERRA, J. C. V.; GOUVEIA JÚNIOR, A.; CAVALCANTE, C. E. Motivação para coprodução do bem público: reflexões conceituais e apontamentos de pesquisa.. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO, SOCIEDADE E INOVAÇÃO, v. 8, p. 42, 2022.	
BEZERRA, J. C. V., CAVALCANTE, C. E. & GOUVEIA JÚNIOR, A. (2022). Motivação para coprodução do bem público: proposta de uma escala. Administração Pública E Gestão Social, 14(1). https://doi.org/10.21118/apgs.v14i1.11607	

Encontro 13 –	Data: 24/10
Tema: Coprodução: Tipologias	
Referência básica da aula	
BEZERRA, J. C. V. ; GOUVEIA JUNIOR, A. ; CAVALCANTE, C. E. Tipologias De Coprodução Do Bem Público: Estado Da Arte E Agenda De Pesquisa. GESTÃO & REGIONALIDADE (ONLINE), 2022.	
GOUVEIA JÚNIOR, A.; CAVALCANTE, C. E. Coprodução Do Bem Público: A Relação Entre As Motivações E Tipologias. GESTAO E PLANEJAMENTO, v. 22, p. 153-170, 2021.	

Encontro 14 –	Data: 31/10
Tema: Empreendedorismo social	
Referência básica da aula	
DEES, G. J. O significado do empreendedorismo social. Disponível em https://www.uc.pt/feuc/ceces/ficheiros/dees . Acesso em <21 ju. 22>	

Encontro 15	Data: 7/11
Tema: Definição do tema da RSL	
- Entrega: 5 de dezembro de 2022	

Prof. Dra. Petruska de Araujo Machado

Tópicos em Administração e Sociedade I e II: cientometria e revisão de literatura



Universidade Federal da Paraíba - UFPB
Programa de Pós-Graduação em Administração – PPGA
Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade
Prof. Petruska de Araujo Machado, Ph.D.
E-mail: petruskamachado@gmail.com
Créditos: 30horas Última atualização: 20/07/2022

PLANO DE ENSINO

Tópicos em Administração e Sociedade I e II: cientometria e revisão de literatura

PLANO DE ENSINO: 8 encontros de 4 horas	
Estas datas estão sujeitas a modificações com base nas necessidades do PPGA	
ENCONTRO 1 – Introdução à disciplina e coleta de dados na WoS	
Data 02/08/2022 (terça-feira)	Conteúdo: <ul style="list-style-type: none">- Apresentação da disciplina e o plano de curso;- Aspectos gerais da proposta da disciplina;- Conhecer os alunos em termos de expectativas e conhecimentos prévios;- Como se concebe uma pesquisa científica;- WoS/Scopus, script de busca e criação de banco de dados com literatura de referência. Atividade: <ul style="list-style-type: none">- Apresentar brevemente em sala de aula o que pretendem investigar na pesquisa de dissertação;- Criar um script de busca e coletar uma base de dados da WoS/Scopus (coletar artigos na área de pesquisa da dissertação). Local: <ul style="list-style-type: none">- Laboratório de informática.
ENCONTRO 2 – Aspectos gerais da cientometria e uso do VOSViewer	
Data 09/08/2022	Conteúdo: <ul style="list-style-type: none">- Aspectos históricos, fundamentos e propósitos da cientometria;- Diferença entre cientometria e bibliometria;- Índices bibliométricos na análise cientométrica;- Categorização das cientométricas/bibliométricas: avaliativas e relacionais.- Funcionalidades do VOSViewer: mapas baseados em dados bibliográficos, índices bibliométricos, análise de rede de co-autoria. Atividade: <ul style="list-style-type: none">- Fazer um exercício prático usando o WoS e o VOSViewer. 1) acessar o WoS, 2) usar o script de busca desenvolvido anteriormente; 3) gerar um banco de dados (BD) WoS; 4) instalar do VOSViewer; 5) carregar o BD no VOSviewer; e 6) gerar mapas de dados bibliométricos para análise. Local: <ul style="list-style-type: none">- Laboratório de informática.

Leitura indicada:

Hoo, W. W.; Wilson, C. S. (2001) The literature of bibliometrics, scientometrics, and informatetrics. *Scientometrics*, (52:2), 291-314

Leitura complementar:

Koseoglu, M. A. (2016) Growth and structure of authorship and co-authorship network in the strategic management realm: evidence from the strategic management journal. *Business Research Quarterly*, (19), 153-170

Gläzel, W. (2014) Analysis of co-authorship patterns at the individual level. *TransInformação*, 26(3), 229-238

Lewis, B. R.; Templeton, G. F.; Luo, X. (2007) A scientometric investigation into the validity of IS journal quality measures. *Journal of Association for Information Systems*, (8:12), 620-633.

ENCONTRO 3 – Medidas de produtividade e uso do VOSViewer

Data 16/08/2022	<p>Conteúdo:</p> <ul style="list-style-type: none">- Medidas de produtividade e indicadores: H-index e Lei de Lotka;-- Funcionalidades do VOSViewer: acoplamento bibliográfico, co-ocorrência de palavras, mapa baseado em dados de texto. <p>Atividade:</p> <ul style="list-style-type: none">- Criar um mapa baseado em dados de texto e analisar e interpretar as os temas mais discutidos na área de conhecimento sob investigação. <p>Local:</p> <ul style="list-style-type: none">- Laboratório de informática.
---------------------------	---

Leitura indicada:

Joshi M. A. (2014) Bibliometric Indicators for Evaluating the Quality of Scientific Publications. *J Contemp Dent Pract*, 15(2), 258-262.

Leitura complementar:

Bookstein, A. (1977). Pattern of scientific productivity and social change: a discussion of Lotka's Law and bibliometric symmetry. *Journal of the American Society for Information Science*, (28:4).

Van Eck, N. J., and Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84, 523-538.

VOSviewer MANUAL. Disponível em <<http://www.vosviewer.com/features/screenshots>>. Acessado em 31/05/2022.

ENCONTRO 4 – Uso do CitNetExplorer

Data 23/08/2022	<p>Conteúdo:</p> <ul style="list-style-type: none">- Aspectos sobre historiografia e algoritmo historiográfico de Garfield;- Autores e propósitos do CitNetExplorer;- Tipos de pesquisas realizadas usando o CitNetExplorer;- Principais conceitos e as funcionalidades básicas do CitNetExplorer: geração de rede de citação, análise da rede de citação. <p>Atividade:</p> <ul style="list-style-type: none">- Instalar o CitNetExplorer e fazer análises da rede de citação utilizando o mesmo banco de dados de aulas anteriores. <p>Local:</p> <ul style="list-style-type: none">- Laboratório de informática.
---------------------------	---

Leitura indicada: Van Eck, N. J., and Waltman, L. (2014). CitNetExplorer: a new software tool for analyzing and visualizing citation networks. <i>Journal of Informetrics</i> , 8, 802-823.	
ENCONTRO 5 – Uso do CitNetExplorer	
Data 30/08/2022	Conteúdo: - Funcionalidades básicas do CitNetExplorer: análise de clustering, identificação do core publication, identificação do h-index; - Interpretação dos resultados das análises da rede de citação. Atividade: - Encontrar o core publications e fazer análise de clustering. Escrever interpretações. Local: - Laboratório de informática.
Leitura indicada: Van Eck, N. J., and Waltman, L. (2014). CitNetExplorer: a new software tool for analyzing and visualizing citation networks. <i>Journal of Informetrics</i> , 8, 802-823.	
ENCONTRO 6 – Fundamentos da Revisão de Literatura	
Data 06/09/2022	Conteúdo: - Sistematização baseada na Cochrane Systematic Review; - Componentes PICO; - Tipos de revisão de literatura: síntese do conhecimento, agregação de dados, construção de explicação, avaliação crítica; - Tipos de síntese do conhecimento: descriptive review e scoping review. Atividade: - Desenvolver os critérios de inclusão de artigos baseado no PICO. Local: - Laboratório de informática.
Leitura indicada: Bilotta, G.S.; Milner, A. M., and Boyd, I. (2014). On the use of systematic reviews to inform environmental policies. <i>Environmental Science and Policy</i> , 42, 67-77. Paré, G.; Trudel, M-C.; Jaana, M.; Kitsiou, S. (2014) Synthesizing information systems knowledge: A typology of literature reviews. <i>Information & Management</i> , (52), 183-199.	
ENCONTRO 7 – Revisão de literatura: validade e confiabilidade	
Data 13/09/2022	Conteúdo: - Aspectos de validade e confiabilidade na RSL: sistematização e transparência; - Passos para sistematização e transparência no processo de revisão; - Protocolo de revisão. Atividade: - Desenvolver um protocolo de revisão para a RSL da pesquisa de dissertação Local: - Laboratório de informática.
Leitura indicada: Paré, G.; Tate, M.; Johnstone, D.; Kitsiou, S. (2016). Contextualizing the twin concepts of systematicity and transparency in information systems literature reviews. <i>European Journal of</i>	

<i>Information Systems</i> , 25(6), 493-508.	
ENCONTRO 8 – Revisão de Literatura Agregativa: meta-análise	
Data 20/09/2022	Conteúdo: - Conceitos básicos da meta-análise; - Critérios de seleção de artigos; - Exemplo de meta-análise qualitativa e quantitativa nas ciências sociais. Atividade: Participação em sala de aula Local: - Sala de aula do PPGA
Leitura indicada: Wu, J.; Lu, X. (2013). Effects of Extrinsic and Intrinsic Motivators on Using Utilitarian, Hedonic, and Dual-Purposed Information Systems: A Meta-Analysis, <i>Journal of the Association for Information Systems</i> , 14(3).	