



METODOLOGIA CIENTÍFICA APLICADA

CÓDIGO DA DISCIPLINA: ENST10643

CARGA HORÁRIA: 48 horas

CRÉDITOS: 04

PROFESSOR: Reynaldo Cavalheiro Marcondes

OBJETIVOS

Geral

Capacitar os alunos a elaborarem um projeto de aproveitamento de oportunidades de mercado e/ou de solução de problemas concretos com base nos desafios da realidade vivida por eles.

Específicos

- Habilitar os alunos a definirem questões e tratarem os desdobramentos das suas escolhas sobre o aproveitamento de uma oportunidade de mercado ou a solução de um problema, com base em metodologia científica.
- Prover os alunos de conhecimentos sobre conceitos, métodos e técnicas de maneira a permitir a elaboração de trabalhos na disciplina que possam ter aplicação com resultados concretos imediatos, como experiência prévia para a posterior elaboração do projeto de qualificação e o trabalho de conclusão do curso, com elevados níveis de qualidade.

ENFOQUE E ABORDAGEM DA DISCIPLINA

O enfoque da disciplina está centrado em mostrar que o desenvolvimento de um negócio tem a sua gênese, evolução e crescimento com base em demandas concretas de pessoas ou empresas para os seus produtos e/ou serviços, que são os geradores de oportunidades de mercado. Quanto aos problemas, são vistos como relevantes aqueles que direta ou indiretamente afetam o aproveitamento de oportunidades.

O sucesso de um negócio, contudo, depende da adequação entre o valor criado ou a ser ofertado para o cliente, com os recursos, processos e capacidades disponíveis na empresa, para se obter a vantagem competitiva, pois esta condição é a garantidora da remuneração dos demais stakeholders.

A abordagem da disciplina é de natureza prática, propiciando um espaço de discussão sobre a utilização da metodologia básica adotada em trabalhos aplicados.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. A fundamentação científica do trabalho prático e aplicado
2. O projeto de aproveitamento de oportunidades/solução de problemas empresariais
 - 2.1 O processo
 - 2.2 Entendimento da oportunidade e/ou do problema



- 2.3 Diagnóstico da oportunidade/problema
- 2.4 Proposta do aproveitamento da oportunidade/solução do problema
- 2.5 Plano de ações da mudança: recursos, processo, capacidades
- 2.6 Intervenção para mudanças
- 2.7 Avaliação dos resultados

3. O relatório final do trabalho

CONEXÃO COM AS DEMAIS DISCIPLINAS DO CURSO

Disciplina	Conteúdo de Conexão
Estrutura de Governança em Negócios	Dinâmicas de mercado e alianças estratégicas para a tecnologia e mercados. Mecanismos de governança adequados e eficientes para gerir recursos produtivos e tecnológicos, capazes de reduzir custos de transação, segundo as dinâmicas de mercado e as características do negócio.
Gestão da Inovação	A inovação como componente da criação de valor. A inovação no ambiente interno: diagnóstico e conexão com a percepção de valor. Identificação de inovações de produtos e serviços que efetivamente criam mais valor aos clientes e consumidores, em relação aos concorrentes.
Inteligência de Negócios	Caracterização de oportunidades de mercado, com base em informações de diferentes naturezas e fontes fazendo a sua integração com as informações internas. Entender isso como a prática da inteligência de negócios.
Criação de Valor para o Cliente	As múltiplas dimensões da percepção de valor por clientes e consumidores. Identificação e avaliação de necessidades de clientes e consumidores, visando transformá-las em oportunidades para o negócio.
Estratégia de Desenvolvimento de Negócios	O ambiente da oportunidade. Condições internas. Definição de um modelo de negócios que seja viável de ser adotado ou aperfeiçoado, como efetivo instrumento para a obtenção da vantagem competitiva, que integre a oferta de produtos e serviços inovadores, de valor superior ao dos concorrentes, com a disponibilidade processos, recursos e capacidades, viabilizando os retornos esperados para acionistas e demais stakeholders.
Análise de Viabilidade de Projetos	Começa a partir do diagnóstico da oportunidade ou do problema, tendo maior detalhamento na parte do plano de ações. Também faz parte da explicitação dos retornos "superiores" aos acionistas e demais stakeholders.
Gestão Estratégica da Tecnologia	Análise e proposição de novas tecnologias originadas nas necessidades do mercado, tendo em vista a obtenção de resultados eficazes para os stakeholders. Recursos tecnológicos disponíveis e a serem obtidos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ALPERSTEDT, Graziela D.; FARACO, Karina Matheus dos Santos. A Contribuição da Design Research para a Produção Tecnológica em Mestrados Profissionais em Administração. In: ENCONTRO ANUAL DA



Universidade Presbiteriana

Mackenzie

CCSA - Centro de Ciências Sociais e Aplicadas

Programa de Pós-Graduação em Administração do Desenvolvimento de Negócios

ANPAD –ENANPAD, 39, 2015, Belo Horizonte - MG. **Anais eletrônicos**. Rio de Janeiro: ANPAD, 2015.

Disponível em: <http://www.anpad.org.br>

MARCONDES, Reynaldo C.; MIGUEL, Lilian A. P.; FRANKLIN, Marcos A.; PEREZ, Gilberto. **Metodologia para trabalhos práticos e aplicados - Administração e Contabilidade**. São Paulo: Editora Mackenzie, 2017. E-book.

SOARES, Priscila F.; CERQUEIRA, Christina F. S.; LACERDA, Daniel, P. Implantação da mudança organizacional: proposta de artefato a partir de uma aplicação em uma instituição do setor de imunobiológicos. **BASE**, v.13, n.4, p. 345-362, 2016.

WEISS, Antonio E. **Key business solutions**: essential problem-solving tools and techniques that every manager needs to know. Edinburgh Gate: Pearson Education, 2011.