



METODOLOGIA CIENTÍFICA APLICADA

CÓDIGO: ENST10657

CARGA HORÁRIA: 40 HORAS

PROFESSOR: LILIAN APARECIDA PASQUINI MIGUEL E NELSON ROBERTO FURQUIM

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 concreta das organizações.

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 aplicada.
- Prover os alunos de conhecimentos e experiência sobre o método da solução de problemas e aproveitamento de oportunidades por meio da elaboração de trabalhos na disciplina, como experiência prévia para a elaboração do trabalho de conclusão do curso, com elevada qualidade.

ENFOQUE E ABORDAGEM DA DISCIPLINA

O enfoque da disciplina está centrado no desenvolvimento de um negócio já existente ou a ser criado, que tem a sua gênese, evolução 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 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 satisfação e da remuneração dos demais stakeholders.



A abordagem da disciplina é de natureza aplicada, propiciando ampla discussão sobre a utilização da metodologia adotada na disciplina.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. A fundamentação científica do trabalho prático e aplicado.
2. O processo de aproveitamento de oportunidades/solução de problemas empresariais
3. Entendimento da oportunidade e/ou do problema
4. Diagnóstico da oportunidade/problema
5. Proposta do aproveitamento da oportunidade/solução do problema
6. Plano de ações da mudança: recursos, processo, capacidades
7. Implementação das mudanças
8. Avaliação dos resultados
9. Relatório final do trabalho

ESTRATÉGIA DE ENSINO-APRENDIZAGEM

O processo de ensino-aprendizagem compreende os seguintes procedimentos básicos: leituras prévias, discussões em sala de aula e desenvolvimento de um trabalho prático.

Os trabalhos são realizados por meio de grupos de alunos para possibilitar uma maior riqueza e produtividade nas discussões pela troca mútua de aprendizados.

As aulas ocorrem de maneira presencial e não presencial. Nas aulas presenciais são discutidos os conceitos e abordagens metodológicas visando ao entendimento dos fundamentos do método, dado o feedback do produto da aula não presencial anterior e realizadas orientações individuais aos grupos. As aulas não presenciais correspondem à realização de tarefas práticas que os alunos realizam em grupo.

O produto final da disciplina é um projeto sucinto, estruturado no formato do relatório do Trabalho de Conclusão do Curso, que consta no livro “Metodologia para Trabalhos Práticos e Aplicados” e com material de apoio complementar. Esse projeto é apresentado pelos grupos na última aula, em plenária.

BIBLIOGRAFIA

Aken, Joan E. Van, Berends, Hans & BIJ, Hans van der. (2012). Problem-solving in organizations. , 2nd ed. New Y New York: C rk: Cambridge University Press.



- Alperstedt, Graziela D. & Faraco, Karina M. S. (2018). A Contribuição da Design Research para a Produção Tecnológica em Mestrados Profissionais em Administração. *Rev. Alcance*, v. 25, n. 2, p. 259-273.
- Barney, Jay B. & Hesterly, William S. (2011). *Administração estratégica e vantagem competitiva: conceitos e casos*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Blank, Steve & Dorf, Bob. (2014). *Startup: manual do empreendedor*. Rio de Janeiro: Alta Books.
- COGHLAN, P.; COGHLAN, D. Action research for operations management. *International Journal of Operations & Production Management*, 22, 220-240, 2002.
- Cooper, Donald R. & Schindler, Pamela S. (2016) 12th ed. *Métodos de pesquisa em administração*. Porto Alegre: AMGH
- Aaker, D. A.; Kumar, V.; Say, G.S. (2004). *Pesquisa de Marketing*. São Paulo: Atlas
- Hevner, A. R. (2007). A three cycle view of design Science research. *Scandinavian journal of Information Systems*. Vol.19, Issue 2.
- Marcondes, Reynaldo C., Miguel, Lilian A. P., Franklin, Marcos A. & Perez, Gilberto. *Metodologia para trabalhos práticos e aplicados - Administração e Contabilidade*. Recuperado de https://www.mackenzie.br/fileadmin/ARQUIVOS/Public/6-pos-graduacao/upm-higienopolis/mestrado-doutorado/admin-desen-negocios/2018/Livro_Metodologia_trabalhos_praticos.pdf
- Nique, Walter & Ladeira, Wagner. (2013). *Pesquisa de marketing: uma orientação para o mercado brasileiro*. São Paulo: Atlas.
- Soares, Priscila F., Cerqueira, Christina F. S. & Lacerda, Daniel, P. (2016). Implantação da mudança organizacional: proposta de artefato a partir de uma aplicação em uma instituição do setor de imunobiológicos. *BASE*, 13(4), pp. 345-362.
- Thiollent, M. *Pesquisa-Ação nas organizações* (1997 - 6 ed.). São Paulo: Cortez.
- Weiss, Antonio E. (2011). *Key business solutions: essential problem-solving tools and techniques that every manager needs to know*. Edinburgh Gate: Pearson Education.
- Yasuda, Aurora, Oliveira, Diva M. T. (2013). *Pesquisa de marketing: guia para a prática de pesquisa de mercado*. São Paulo: Cengage Learning.