

Graduação | Administração e  
Ciências Econômicas

# Ementário das Eletivas

2020 | 1º Semestre

**Área responsável:** Secretária Acadêmica de Graduação

**Data de publicação:** Novembro/2019

## ÍNDICE

<b>AGRONEGÓCIO - ECONOMIA E POLÍTICAS.....</b>	<b>3</b>
<b>DIGITAL MARKETING.....</b>	<b>6</b>
<b>ESTUDOS CULTURAIS: NA ARENA DAS NARRATIVAS MULTICULTURAIS.....</b>	<b>8</b>
<b>FUNDAMENTOS DA GESTÃO PÚBLICA .....</b>	<b>10</b>
<b>GESTÃO DE PROJETOS: DO TRADICIONAL AO ÁGIL .....</b>	<b>12</b>
<b>INTERNATIONAL DEVELOPMENT: STRATEGIES AND PRACTICES .....</b>	<b>14</b>
<b>MARKETING METRICS AND DATA MARKETING .....</b>	<b>16</b>
<b>ORGANIZING THE CROWD .....</b>	<b>18</b>
<b>R PARA CIÊNCIA DOS DADOS.....</b>	<b>21</b>
<b>STARTUP LAB .....</b>	<b>23</b>
<b>TÓPICOS AVANÇADOS EM RENDA FIXA.....</b>	<b>25</b>

## **AGRONEGÓCIO - ECONOMIA E POLÍTICAS**

**Carga Horária Total: 40**

### **Ementa:**

Em meio à crescente demanda global por produtos do agronegócio, motivada pelos avanços populacional e de renda per capita, o Brasil apresenta-se em posição de destaque, devido à grande capacidade de produção e produtividade obtidos pelo agronegócio brasileiro nas últimas décadas. No entanto, o mercado mundial do agronegócio é altamente dinâmico e vem apresentando mudanças, novas exigências e desafios. Com uma estruturação lógica e conteúdos atualizados, este curso introduz conceitos do agronegócio, sob enfoque de teoria econômica, gestão e política, apresentando desde conceitos básicos até uma visão analítica da evolução deste setor no Brasil e sua inserção no mundo. Também permite o reconhecimento e contato com novas tendências e questões globais, incluindo a construção de políticas públicas e privadas para o agronegócio, visando seu desenvolvimento.

### **Objetivos:**

Esta disciplina tem como objetivo geral que, ao final do curso, o aluno seja capaz de realizar uma análise crítica acerca de estratégias e políticas públicas e privadas de impacto econômico, setorial e socioambiental voltadas ao agronegócio brasileiro. Ao longo do curso, espera-se o desenvolvimento da capacidade do aluno em interpretar a conjuntura do agronegócio brasileiro e seus principais desafios de competitividade e sustentabilidade, reconhecendo os seus conceitos centrais, dimensão, segmentos de formação e cadeias agroindustriais, avaliando o papel do estado e tendências atuais para o setor.

### **Conteúdo Programático:**

Parte I: Conceitos, importância e desenvolvimento do agronegócio.

1. Conceitos e definições de Agronegócio (Agribusiness), Cadeias e Sistemas Agroindustriais (SAGs). Métodos de planejamento, análise e discussão de exemplos aplicados

2. Evolução e dimensão do agronegócio brasileiro e principais segmentos do agronegócio e cadeias produtivas. Macroambiente e importância econômica do agronegócio no Brasil e no mundo

## Parte II: Economia, organização e governança do agronegócio brasileiro, cadeias e sistemas agroindustriais

1. Política, economia e organização do agronegócio brasileiro: modelos organizacionais nas regiões sul, sudeste e centro-oeste; integração, coordenação e contratos no agronegócio.
2. Gestão, governança e sucessão em empresas familiares do agronegócio.

## Parte III: O papel do estado e o desenvolvimento do agronegócio brasileiro.

1. O papel do Estado: evolução e perspectivas das políticas públicas e instituições que afetam o agronegócio no Brasil e no mundo.
2. Políticas públicas no agronegócio: agrícola, comercial, inovação, infraestrutura, sustentabilidade

## Parte IV: Inserção e competitividade internacional do agronegócio

1. Inserção e competitividade internacional do agronegócio brasileiro: visão estratégica, comércio nas principais macrorregiões, acordos comerciais, multilateralismo e guerras comerciais, regulação internacional, políticas públicas para a exportação.

## Parte V: Tendências atuais e impactos do agronegócio

1. Tendências do agronegócio e seus impactos: saúde e nutrição, perdas e desperdícios de alimentos, impactos ambientais, bioenergia, novas demandas (bem-estar animal, críticas ao uso de insumos modernos), novos drivers (agricultura digital, biotecnologia, tecnologia da informação e comunicação, agtechs, etc.)
2. Agronegócio e sustentabilidade: a discussão de aspectos sociais e ambientais

Dinâmicas de aula:

O conteúdo programático será executado por meio de:

- Aulas expositivas;
- Estudos de caso;
- Debates em sala de aula e em eventos dirigidos;
- Visita técnica;
- Execução e apresentação de trabalhos individuais ou em grupo;

### **Bibliografia Básica**

#### **Livros:**

ZYLBERSZTAJN, D.; CALEMAN, S.; NEVES, M.F. Gestão de Sistemas de Agronegócios. Editora GEN, 2015.

CHADDAD, F. Economia e Organização da Agricultura Brasileira. Rio de Janeiro: Elsevier, 2017.

BUAINAIN, A. M.; ALVES, E.; SILVEIRA, J. M.; NAVARRO, Z. (org.). O mundo rural no Brasil do século 21, Brasília: Embrapa, 2014.

## **Artigo(s) Bibliografia Básica:**

DAVIS, J. H. e GOLDBERG, R. A. A Concept of Agribusiness. Division of Research. Graduate School of Business Administration. Harvard University, Boston, 1957.  
BARROS, G. S. C.; CASTRO, N. R.; SILVA, A. F.; FACHINELLO, A. L.; GILIO, L. Os ganhos de produção se refletiram em geração de maior renda para o agronegócio brasileiro nas últimas décadas? Revista de Economia e Agronegócio. 2019. [no prelo]  
ZYLBERSZTAJN, D. Agribusiness systems analysis: origin, evolution and research perspectives. Revista de Administração (São Paulo), v. 52, n. 1, p. 114-117, 2017.  
JANK, M. S.; CHADDAD, F. R. Policy Coherence for Development: Issues for Brazil. Trade Agriculture And Development Policies Working Together, p. 129-145, 2006.

## **Bibliografia Complementar**

### **Livros:**

BUAINAIN, R. LANNA; Z. NAVARRO (org). Agricultural Development in Brazil: The Rise of a Global Agro-Food Power. Abingdon, England: Routledge, 2019  
RODRIGUES, R. Agro é Paz: análises e propostas para o Brasil alimentar o mundo. Piracicaba: ESALQ, 2018  
KLEIN, H. S.; LUNA, F. V. Feeding the world: Brazil's Transformation into a Modern Agricultural Economy. Cambridge University Press, 2019.  
BURANELLO, R. Manual do direito do agronegócio. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.  
PRADO, R. N. (org). Empresas Familiares e Famílias empresárias: governança e planejamento jurídico e sucessório. São Paulo: Quartier Latin do Brasil, 2019.

## **Artigo(s) Bibliografia Complementar:**

1. PIO, C.; REPEZZA, A. P. LEONI, R. G.; MONTES, L. G.; MAIA, A. A política comercial, estratégias de abertura e seus determinantes políticos. Breves Notas de Políticas Públicas, v.1, ed. 3., Brasília: Secretaria Especial de Assuntos Estratégicos, 2018.
2. PIO, C.; REPEZZA, A. P. LEONI, R. G.; MONTES, L. G.; MAIA, A. Abertura autônoma e negociações comerciais: Qual a melhor estratégia para abrir a economia? Breves Notas de Políticas Públicas, v.1, ed. 4., Brasília: Secretaria Especial de Assuntos Estratégicos, 2018.
3. PIO, C.; REPEZZA, A. P. LEONI, R. G.; MONTES, L. G.; MAIA, A. Como abrir a economia de um país? Breve análise da experiência internacional. Breves Notas de Políticas Públicas, v.1, ed. 5., Brasília: Secretaria Especial de Assuntos Estratégicos, 2018.
4. BARROS, G. S. C.; CASTRO, N. R. Produto interno bruto do agronegócio e a crise brasileira. Revista de Economia e Agronegócio, v. 15, n. 2, p. 156-162, 2017.
5. AZEVEDO, P. F. Nova economia institucional: referencial geral e aplicações para a agricultura. Instituto de Economia
6. HOFFMANN, R. A agricultura familiar produz 70% dos alimentos consumidos no Brasil?. Segurança Alimentar e Nutricional, v. 21, n. 1, p. 417-421, 2014.
7. BARROS, G. S.A. C.; ALVES, L. R. A.; OSAKI, M. Biofuels, food security and compensatory subsidies. China Agricultural Economic Review, v. 2, p. 433-455, 2010.
8. FEIX, R. D.; MIRANDA, S. H. G.; BARROS, G. S.A. C. Comércio internacional agricultura e meio ambiente: teorias evidências e controvérsias empíricas. Revista de Economia e Sociologia Rural (Impresso), v. 48, p. 605-634, 2010.
9. REARDON, T; BARRETT, C. B. Agroindustrialization, globalization, and international development: an overview of issues, patterns, and determinants. Agricultural economics, v. 23, n. 3, p. 195-205, 2000.
10. GARRETT, R. D.; LAMBIN, E. F.; NAYLOR, R. L. Land institutions and supply chain configurations as determinants of soybean planted area and yields in Brazil. Land Use Policy, v. 31, p. 385-396, 2013
11. CALDARELLI, C. E. ; GILIO, L. ; ZILBERMAN, D.. The Coffee Market in Brazil: challenges and policy guidelines. Revista de Economia (Curitiba), v. 36, p. 1-21, 2018.

12. GILIO, L.; MORAES, M. A. F. D.; MOREIRA, G. C. ; GUARDIA, A. F. T. S. Restrição à Propriedade e Arrendamento de Terras por Estrangeiros: Evidências sobre Efeitos nas Decisões de Investimento do Setor Sucroenergético. *Economic Analysis of Law Review*, v. 6, p. 356-372, 2015.
13. JANK, M. S. Os desafios globais do agronegócio, *Valor Econômico*, Opinião, 13/09/2019
14. JANK, M. S. Impacto do Acordo EUA-China no agro brasileiro, *Folha de São Paulo*, 16/03/2019
15. JANK, M. S. Por uma abertura comercial inteligente, *Folha de São Paulo*, 16/02/2019
16. JANK, M. S. Novos destinos da inovação no agro, *Folha de São Paulo*, 19/01/2019
17. JANK, M. S. Desafios Nutricionais na Alimentação Mundial, *Folha de São Paulo*, 08/12/2018
18. JANK, M. S. Agro Global 4 – Reforma Regulatória, *Folha de São Paulo*, 13/10/2018
19. JANK, M. S. Agro Global 3 – Diferenciação e Imagem, *Folha de São Paulo*, 29/09/2018
20. JANK, M. S. Agro Global 2 – Acesso aos Mercados, *Folha de São Paulo*, 01/09/2018
21. JANK, M. S. Agro Global 1 – Visão Estratégica, *Folha de São Paulo*, 18/08/2018
22. JANK, M. S. O Brasil na guerra comercial EUA-China, *Folha de São Paulo*, 04/08/2018
23. JANK, M. S. Soluções para o transporte de cargas no Brasil, *Folha de São Paulo*, 09/06/2018
24. JANK, M. S. As perdas de alimentos e o Brasil, *Folha de São Paulo*, 27/05/2017
25. JANK, M. S. A onda antitecnológica na agricultura, *Folha de São Paulo*, 13/05/2017

## **DIGITAL MARKETING**

**Carga Horária Total: 80**

### **Ementa:**

Digital economy. Technology. Communications with consumers. Consumer Data. Location-based messaging and shared communication. Digital tools, monitoring tools. Social networking. Networked based predictive modeling. Targeting and referral strategies. Value producing.

### **Objetivos:**

This course aims to identify the core topics that encompassed the effective management of digital marketing strategies, and it intends to provide a conceptual and practical structure concerning the use of digital tools and approaches to produce marketing strategies. Specific goals:

- The student should develop the critical ability to apply concepts, principles, and theories in this area of knowledge
- The student should be able to analyze and contribute to the development of a digital marketing strategy
- Students should develop a practical understanding of marketing tools within the digital environment

### **Conteúdo Programático:**

These topics are subject to change. Initial plans are to cover the following:

1. The context of the Digital Society: The fourth revolution
2. Marketing 4.0 and digital landscape.
3. Digital marketing foundations: concept, the internet marketing paradigm and digital lifestyles.
4. The consumer journey and habits in the information and digital era; the Brazilian digital consumer.
5. Digital business models; business strategy in the digital age.
6. Outbound vs Inbound Marketing

7. On vs. Off marketing resource allocation
8. Digital advertising and promotion: Search advertising (paid search, display, SEO); social media (Google, Facebook, Instagram, YouTube)
9. Social listening: ratings and reviews; word-of-mouth.
10. Digital marketing metrics (analytics and reporting)

## Bibliografia Básica

### Livros:

STONE, Bob; JACOBS, Ron., **Successful direct marketing methods: interactive, database, and customer-based marketing for digital age**, <sup>a</sup> ed., Mc Graw Hill, 2008  
FARRIS, Paul W.; BENDLE, Neil T.; PFEIFER, Phillip E.; REIBSTEIN, David J., **Marketing metrics: 50 + metrics every executive should master**, <sup>a</sup> ed., Wharton School Publishing, 2007

SHIH, Clara Chung-wai, **The Facebook era: tapping online social networks to market, sell and innovate**, 2<sup>a</sup> ed., Prentice Hall, 2011

### Artigos:

KANNAN, P.K.; LI, H. A.. Digital marketing: a framework, review and research agenda. . **International journal of research in marketing**. , v. 34 , n. 1 , p. 22-45 , 2016. ; Disponível

em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167811616301550?via%3Dihub>.

Acesso em: 24 mai 2019.

## Bibliografia Complementar

### Livros:

TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony D. , **Wikinomics: how mass collaboration changes everything**, <sup>a</sup> ed., Portfolio, 2007

WUYTS, Stefan; DEKIMPE, Marnik G.; GIJSBRECHTS, Els; PIETERS, Rik (Ed.), **The connected customer: the changing nature of consumer and business markets**, <sup>a</sup> ed., N.Y.: Routledge, 2010

MOHAMMED, Rafi A., **Internet marketing: building advantage in the networked economy**, 2<sup>a</sup> ed., McGraw-Hill/Irwin , 2004

BOONE, Louis E.; KURTZ, David L. , **Contemporary Marketing**. , 11<sup>a</sup> ed., Thomson/South-Western, 2003

TRACY, Joe., **Web marketing applied**. , 1<sup>a</sup> ed., Advanstar, 2000

### Artigos:

BORGES, M. T. P. M.; VERISSIMO, J. M. C. . Digital marketing and social media: why bother? . **Business horizons**. , v. 57 , n. 6 , p. 703-708 , 2014. ; Disponível

em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681314000949?via%3Dihub>.

Acesso em: 24 mai 2019.

FLOREDDU, P.B.; CABIDDU, F.; EVARISTO, R.. Inside your social media ring: how to optimize online corporate reputation. **Business horizons**. , v. 57 , n. 6 , p. 737-745 , 2014. ; Disponível

em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681314000998?via%3Dihub>.

Acesso em: 24 mai 2019.

## **ESTUDOS CULTURAIS: NA ARENA DAS NARRATIVAS MULTICULTURAIS**

**Carga Horária Total:** 40

### **Ementa:**

Análise do multiculturalismo – ação, resultado e programa - contemporâneo, com foco especial na realidade brasileira e suas novas expressões sócio-culturais, conexas às questões dos afro-brasileiros, dos povos indígenas, de gênero, raça, sexualidade, migrações, feminismo, movimento LGBT, direitos humanos etc.

Utilizando obras de referência - teóricas e fílmicas/documentais – e tratando da observação da realidade que nos envolve, a intenção é assinalar que a compreensão da diversidade cultural, expressa por indivíduos, movimentos e povos, nos aproxima de uma abordagem estratégica para consolidar espaços e ações concretas para mediar nossas relações e dar efetividade aos direitos fundamentais de todos os (novos) sujeitos.

### **Objetivos:**

Ao final do curso, o aluno deverá ser capaz de:

- Entender e explicar o impacto dos conceitos de cultura e multiculturalismo relacionando-os com a explosão de novas expressões identitárias.
- Colocar-se na crise das metanarrativas modernas e na conseqüente tendência cultural às hibridizações, mestiçagens e à pluralidade cultural, reconhecendo-se como um sujeito que legitima uma práxis e que impõe modalidades narrativas.
- Observar as políticas e práticas do Estado em relação a transversalidade de raça, gênero, orientação sexual, ou outro modo de vida compartilhado que impõe demandas por políticas específicas.

Vale destacar que a metodologia adotada pelo Inspere é a do Aprendizado Centrado no Aluno, segundo a qual o aluno é protagonista de seu aprendizado. As disciplinas são formatadas de forma a criar sentido prático objetivo aos alunos. Em um curso como este, espera-se do aluno que conheça, pratique e tome decisões importantes sobre os temas, polêmicas e dilemas que a disciplina pode apresentar. Os alunos precisam falar, debater, ouvir uns aos



outros, interagir, mesclando participações individuais e em grupo. Também é preciso ler bastante de forma crítica, escrever e expor suas ideias.

## **Conteúdo Programático:**

- Ambientes: o sujeito e os estudos culturais.
- Estudos culturais: como podemos nos compreender?
- O que é cultura?
- Cultura e civilização: um mundo monocultural?
- Hibridismo, multiculturalismo e pós-modernidade: o que representam?
- Problemas contemporâneos: ainda podemos falar em raças humanas?
- O que implica pensar em Gênero?
- Como representar/pensar a cultura brasileira?
- De Identidades e Grupos: quem somos?
- O feminismo contemporâneo
- O movimento Negro Unificado e o acampamento Terra Livre.
- Cultura popular e resistência coletiva
- Sujeito de direitos implica em direitos do sujeito?
- Sujeitos e liberdade em Byung-Chul Han
- É possível ser/viver os Estudos Culturais?

## **Bibliografia Básica**

### **Livros:**

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. *Sejamos Todos Feministas*. São Paulo, Companhia das Letras, 2015. (Leitura Integral)

HALL, Stuart. *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte, Editora da UFMG; Brasília/UNESCO, 2003.

SODRÉ, Muniz. *A Verdade Seduzida – Por um conceito de cultura no Brasil*. Rio de Janeiro, DP&A, 2005.

## **Bibliografia Complementar**

### **Livros:**

BHABHA, H. K. *O Local da Cultura*. 2a. ed. Belo Horizonte, UFMG, 2003.

BUTLER, J. *Problema de Gênero – Feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003.

CANCLINI, N. *Culturas Híbridas – Estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo, EDUSP, 1997.

MOREIRA, A. F. & CANDAU, V. M. *Multiculturalismo – Diferenças e práticas pedagógicas*. Petrópolis, Vozes, 2008.

STOREY, John. *Teoria Cultural e Cultura Popular – Uma introdução*. São Paulo, Edições SESC São Paulo, 2015.

## **FUNDAMENTOS DA GESTÃO PÚBLICA**

**Carga Horária Total:** 40

### **Ementa:**

Como está estruturado o governo brasileiro? Quais são suas principais características? Em que o governo se diferencia das organizações privadas? Como funcionam os principais processos de gestão no governo? O curso discute essas e outras questões relacionadas à gestão pública brasileira. Esse conteúdo é relevante não só para quem pretende trabalhar com gestão e políticas públicas, mas também para quem pretende atuar em organizações privadas, nas diversas áreas econômicas fortemente reguladas ou impactadas por decisões da gestão pública, como os setores financeiro, de infraestrutura e muitos outros. Por fim, o curso reforça a formação crítica e humanística fundamental para complementar a capacidade analítica de gestores e cidadãos.

### **Objetivos:**

- Compreender a estrutura de governos e organizações governamentais de vários níveis (federal, estadual e municipal)
- Analisar os principais processos de gestão em governos (gestão de pessoas, compras, contratos, parcerias, processo orçamentário, transparência, accountability)
- Identificar dilemas e trade-offs da forma como se estrutura a ação governamental

### **Conteúdo Programático:**

- Diferenças de gestão pública e gestão privada
- Estrutura governamental (administração direta e indireta; estrutura de poderes; entes federativos)
- Características da burocracia
- Gestão de pessoas em governos
- Processo de compras governamentais

- Governança (parcerias com outros órgãos públicos e diferentes modalidades de parcerias com organizações privadas)
- Processo de planejamento e orçamento público
- Transparência e governo aberto
- Accountability
- Inovação em governos

## **Bibliografia Básica**

### **Livros:**

1. PEREIRA, Luiz Carlos Bresser; SPINK, Peter (Org.). Reforma do estado e administração pública gerencial. 7.ed. Rio de Janeiro, RJ: FGV, c2006. 314 p. ISBN 9788522502363 (broch.).
2. PIRES, Roberto Organizador et al. Burocracia e políticas públicas no Brasil: interseções analíticas. 2018. Disponível em: [https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/3247/1/livro\\_Burocracia%20e%20pol%c3%adticas%20p%c3%ablicas%20no%20Brasil%20-%20interse%c3%a7%c3%b5es%20anal%c3%adticas.pdf](https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/3247/1/livro_Burocracia%20e%20pol%c3%adticas%20p%c3%ablicas%20no%20Brasil%20-%20interse%c3%a7%c3%b5es%20anal%c3%adticas.pdf)
3. POLLITT, Christopher. The essential public manager. [1st ed.]. Philadelphia, PA: Open University Press, 2003. xii, 196 p. (Public policy and management). ISBN 9780335212323 (broch.).

### **Artigo(s) Bibliografia Básica:**

1. CABRAL, Sandro; LAZZARINI, Sergio G. Impactos da participação privada no sistema prisional: evidências a partir da terceirização de prisões no Paraná. RAC-Revista de Administração Contemporânea, v. 14, n. 3, p. 395-413, 2010.
2. CABRAL, Sandro; DA COSTA REIS, Paulo Ricardo; DA HORA SAMPAIO, Adilson. Determinantes da participação e sucesso das micro e pequenas empresas em compras públicas: uma análise empírica. Revista de Administração, v. 50, n. 4, p. 477-491, 2015.
3. PECI, Alketa; PIERANTI, Octavio Penna; RODRIGUES, Silvia. Governança e New Public Management: convergências e contradições no contexto brasileiro. Organizações & Sociedade, v. 15, n. 46, p. 39-55, 2008.

## **Bibliografia Complementar**

### **Livros:**

1. CAVALCANTE, Pedro et al. Inovação no setor público: Teoria, tendências e casos no Brasil. 2017. Disponível em: [https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/2989/1/171002\\_inovacao\\_no\\_setor\\_publico.pdf](https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/2989/1/171002_inovacao_no_setor_publico.pdf)
2. FERLIE, Ewan; LYNN JUNIOR, Laurence E.; POLLITT, Christopher (Edit.). The Oxford handbook of public management. 1st ed. Oxford, UK: Oxford University Press, 2005. xiii, 789p. ISBN 9780199226443 (broch.).
3. KETTL, Donald F. The transformation of governance: public administration for the twenty-first century. [1st ed.]. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, c2015. xiv, 219p. ISBN 9781421416359 (broch.).
4. LIPSKY, Michael. Burocracia em nível de rua: dilemas do indivíduo nos serviços públicos. 2019. Disponível em: [https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/4158/1/Burocracia%20de%20n%C3%ADvel%20de%20rua\\_Michael%20Lipsky.pdf](https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/4158/1/Burocracia%20de%20n%C3%ADvel%20de%20rua_Michael%20Lipsky.pdf)
5. SELIGMAN, Milton; MELLO, Fernando (Org.). Lobby desvendado: democracia, políticas públicas e corrupção no Brasil contemporâneo. 1. ed. Rio de Janeiro, RJ: Record, 2018. 290 p. ISBN 9788501112651 (broch.).

### **Artigo(s) Bibliografia Complementar:**

1. DE PINHO, José Antonio Gomes; SACRAMENTO, Ana Rita Silva. Accountability: já podemos traduzi-la para o português?. Revista de Administração Pública-RAP, v. 43, n. 6, p. 1343-1368, 2009.

## **GESTÃO DE PROJETOS: DO TRADICIONAL AO ÁGIL**

**Carga Horária Total: 40**

### **Ementa:**

Essa disciplina tem como objetivo apresentar aos alunos as principais competências em gerenciamento de projetos. Com viés essencialmente prático, a disciplina englobará tanto os métodos tradicionais quanto os métodos ágeis (SCRUM, Lean, Kanban etc.) de gestão de projetos, estes cada vez mais demandados pelo mercado.

O ambiente supercompetitivo de muitos setores fez do gerenciamento de projetos uma das competências mais valorizadas pelo mercado. Quanto maiores forem a pressão por inovação e a força da concorrência, menor é a tolerância com erros em projetos.

Dessa maneira, a disciplina introduzirá aos alunos os principais métodos, técnicas e ferramentas para gerenciar projetos de qualquer porte e natureza, seja pelos métodos tradicionais, seja pelos métodos ágeis.

### **Objetivos:**

Ao final do curso, os alunos deverão ser capazes de:

- Identificar as principais características de um projeto;
- Selecionar o método de gerenciamento de projeto mais adequado a cada situação;
- Esquematizar a estrutura de um projeto;
- Calcular prazos e custos de projetos;
- Analisar os principais riscos em projetos;
- Aplicar a metodologia ágil de gestão de projetos;
- Avaliar a evolução do projeto a cada ciclo de desenvolvimento.

### **Conteúdo Programático:**

- I. Projetos: definição e características;
- II. Objetivos de Projetos;
- III. Estrutura Analítica de Projetos;

- IV. Cronograma de Projetos;
- V. Custos em Projetos;
- VI. Riscos em Projetos;
- VII. Métodos Ágeis;
- VIII. Ferramentas ágeis
- IX. Framework SCRUM;
- X. Relatórios de acompanhamento de projetos.

## **Bibliografia Básica**

LARSON, Erik; GRAY, Clifford. Gerenciamento de Projetos: O Processo Gerencial. 6ª ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2016.  
PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. A guide to the project management body of knowledge: PMBOK guide. 6th ed. Newtown Square, Pa.: Project Management Institute, Inc., 2017.  
SUTHERLAND, Jeff. Scrum: a arte de fazer o dobro do trabalho na metade do tempo. 2. ed. rev. São Paulo, SP: Leya, 2016

## **Artigo(s) Bibliografia Básica:**

SCHWABER, Ken; SUTHERLAND, Jeff. GUIA DO SCRUM. Um Guia Definitivo para o SCRUM. 2017: Disponível em: <https://www.scrumguides.org/docs/scrumguide/v2017/2017-Scrum-Guide-Portuguese-Brazilian.pdf>

## **Bibliografia Complementar**

GIDO, Jack; CLEMENTS, James P. Successful project management a practical guide for managers. Cincinnati: Thomson - South-Western, 1999.  
KERZNER, Harold. Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling. 12. ed. Hoboken, NJ: John Wiley, c2017.  
RIES, Marcus; SUMMERS, Diana. Agile Project management: a complete beginner's guide to agile project management. [1st ed.]. Columbia, SC: [CreateSpace Independent Publishing Platform], c2016.  
RIES, Eric. A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Leya, 2012. 274 p.  
SCHWABER, Ken; BEEDLE, Mike. Agile software development with scrum. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, c2002. 158 p.

## **INTERNATIONAL DEVELOPMENT: STRATEGIES AND PRACTICES**

**Carga Horária Total: 80**

### **Ementa:**

This course discusses the literature on the role of the state policies, vis-à-vis private institutions and the 3rd sector, in promoting social and economic development. We will connect those studies with a broader literature on poverty reduction, economic development, and the reform of the state. It looks at major public policy strategies carried out by Brazil governments aiming at poverty alleviation and socio-economic development in a comparative perspective with policies implemented worldwide. The course seeks to inform students of the historical and contemporary dynamics of social and economic development policies in a comparative perspective, focusing on domestic and international policies.

Brazil is undergoing a period of heightened change and development. These changes might have led to some tensions and uncertainties, but also points out to innovative processes, which leads to distributional consequences and improved quality of life across the society. The primary objective is to sort out which processes, practices, and strategies have been central to successful policies and what role state structures plays in the process of development.

We will look at major social and economic policies, touching upon fiscal reform, urban and agrarian development policies, development agencies' roles, and micro-finance, innovation, and industrial policy.

This course will set out a basic economics and public management framework to understand the problems faced by emerging countries and use it to evaluate the issues and challenges they endure. It also addresses some of the promises and dilemmas of creating and implementing policies, through a number of best practices studies, which suggest that there is a smart and best way to impact the countries where we live.

### **Objetivos:**

The students will be able to understand and criticize current development problems and strategies around the world, particularly in emerging economies. It is expected that the students will be able to evaluate policies in different contexts, both domestically and internationally.

The students will be able to:

1. Understand and analyze a definition of "development" and other development goals/objectives (eg, well-being, prosperity, human development, sustainable development, global justice, etc.) as a goal of policies aimed at reducing global poverty
2. Describe the major competing approaches that aim to explain why some countries/individuals within countries have better human development outcomes than others
3. Discuss the role of politics in these processes and identify ways in which the politics and policy of development incorporates concerns about equity, efficiency, and effectiveness in the allocation of opportunities, resources, and rights
4. Explain the role of public and private institutions, organizations, ideas, and individuals and how they interact to create and transform the world in terms of public and private policy
5. Identify the major lessons learned from successful interventions and the challenges to scaling up effective interventions

### **Conteúdo Programático:**

1. Intro: Why a Politics Of Development? Development for whom?
2. Development Indicators
3. Development Economic Theories Overview
4. The Development Project and Discourse
5. Long-Term Determinants Of Development Success: Geography and History
6. State-Building: Institutions
7. Development, Democracy, and Corruption
8. Security, Violence and Citizenship
9. Rights-Based Approaches to Development

### **Bibliografia Básica**

#### **Livros:**

ACEMOGLU, D.; ROBINSON, J. A., Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty, 1ª ed., , 2013  
BANERJEE, A. V., & DUFLO, E, Poor Economics: A Radical Rethinking of the Way to Fight Global Poverty, 1ª ed., PublicAffairs, 2012  
Ha-Joon Chang, , Bad Samaritans: The Myth of Free Trade and the Secret History of Capitalism , 1ª ed., , 0

### **Bibliografia Complementar**

#### **Livros:**

Fisman, Raymond; Miguel, Edward , Economic Gangsters: Corruption, Violence, and the Poverty of Nations, 1ª ed., Princeton University Press , 0  
Sen, Amartya, Development as Freedom, 1ª ed., Oxford University Press , 1999  
Collier, Paul , The Bottom Billion: Why the Poorest Countries are Failing and What Can Be Done About It, 1ª ed., Oxford University Press, 2008  
Easterly, William , The White Man's Burden: Why the West's Efforts to Aid the Rest Have Done So Much Ill and So Little Good, 1ª ed., Penguin Books, 2007  
Sachs, Jeffrey, The End of Poverty: Economic Possibilities for Our Time, 1ª ed., Penguin Books, 2006

#### **Artigos:**

Sen, Amartya . Development as Freedom. . , 2000.

Daron Acemoglu, James Robinson, and Simon Johnson. Disease and Development in Historical Perspective. *Journal of the European Economic Association*. , 2013.

Diana Mitlin, Sam Hickey, and Anthony Bebbington. Reclaiming development? NGOs and the challenge of alternatives. *Global Poverty Research Group*. , 2006.

Duncan Green, Stephen Hale, and Matthew Lockwood. How can a post-2015 agreement drive real change? The political economy of global commitments. . , 2012.

Gilbert Rist. Development as a Buzzword. *Development in Practice*. , 0.

James Ferguson with L. Lohmann . The anti-politics machine: 'development' and bureaucratic power in Lesotho. *The Ecologist*. , 1994.

Nancy Birdsall. eframing the Development Project for the Twenty-First Century. *Center for Global Development*. , 0.

Owen Barder. The Implications of Complexity for Development. *Center for Global Development*. , 2012. ; Disponível em: <http://www.cgdev.org/media/implications-complexity-development-owen-barder>. Acesso em: 05 dez 2019.

Robert Wade. The Developmental State: Dead or Alive. *Development and Change*. , v. 49 , n. 2 , p. 518-546 , 2018.

United Nation. A New Global Partnership: Eradicate Poverty and Transform Economies through Sustainable Development. The Report of the High-Level Panel of Eminent Persons on the Post-2015 Development Agenda. , 2013.

Wolfgang Sachs. "Development: The Rise and Decline of an Ideal. *Wuppertal Institute Paper*. , n. 108 , 2000. ; Disponível em: <http://econstor.eu/bitstream/10419/49106/1/332536696.pdf>.. Acesso em: 05 dez 2019.

## MARKETING METRICS AND DATA MARKETING

**Carga horária total:** 80

### Ementa:

This course is designed to introduce different data gathering procedures, metrics and analytical methods applied to marketing.

Students will have the opportunity to define a business problem, develop a research plan, collect, process, analyze data, present findings and implications as a class project. This course will draw from basic knowledge of business, marketing management and strategy, statistics and econometrics (and is complementary to the compulsory course of Marketing Avancado). The course format is the following:

- Class sessions will center on a particular marketing problem and a corresponding set of contents (see below).
- In class, students will be invited to take place in discussions of the relevant cases, issues and implications for marketing practice.
- Classes will be practical in the sense that students work in small groups to carry on activities such as: discussion of a topic/video/short reading/marketing problem, data processing, data analysis and decision making. Guest speakers and field assignment may be scheduled.
- There will be group projects to engage students in the overall content of marketing metrics and data marketing

### Objetivos:

The objective of this course is to provide students with an applied knowledge in the domain of marketing analytics by exploring the most applicable metrics and data driven marketing



management and strategy. To this end, the key quantitative techniques and relevant cases provide the ground for this course. Important supporting course objectives include:

- Developing a keen awareness of major problems in accountable marketing and gaps between execution and planning and, as a result, identifying marketing research understanding that represent high priority areas for successful marketing implementation.
- Strengthening the skills needed to fully conduct thorough marketing projects that (a) require data collection/processing from sources like surveys, CRM, internet, and (b) impactful analytics in qualitative and quantitative approach that support decision making of firms in areas such as branding, sales, product, channels, pricing, consumer behavior, segmentation and positioning.

## **Conteúdo Programático:**

PART 1: Challenges of Marketing Analytics

- Marketing and firm strategy
- Marketing in the era of data overload
- Marketing and the interface with IT and Statistics Areas
- Digital marketing and analytics
- Marketing metrics dashboard
- From briefing to problem definition

PART 2: Data Collection and Processing

- Qualitative data: ZMET, BCM, Interview
- Primary Quantitative data: Survey
- Proprietary sources (ex. CRM, Internet Records)
- Secondary sources (ex. Market Research, Public Records)

PART 3: Data Analysis and Decision Making

- Key features of data: Descriptive statistics
- Consumer behavior I: Scale validity
- Consumer behavior II: Laboratory and Field experiment
- Text mining: Content analysis
- Market segmentation: Cluster analysis
- Branding and competition: Perceptual maps
- Pricing strategy: Price elasticities
- Classical Marketing Metrics: Classical Metrics
- Digital Marketing Metrics: Internet Marketing Metrics
- Consumer value: Customer Lifetime Value
- Sales mediating models: Structural equation models

## **Bibliografia Básica**

### **Livros:**

MALHOTRA, Naresh K., **Marketing Research: An Applied Orientation**, 6ª ed., Pearson, 2010

Farris, Paul W.; Bendle, Neil T.; Pfeifer, Phillip E.; Reibstein, David J., **Marketing metrics: 50 + metrics every executive should master**, 1ª ed., Wharton School Publishing, 2007

HAIR Jr., J.F.; ANDERSON, R.E.; TATHAM, R.L.; BLACK, W.C., **Multivariate Data Analysis**, 7ª ed., Prentice Hall, 2010

### **Artigos:**

LEVINE R. and CORBAE, D Competition, Stability and Efficiency in Financial Markets. **Jackson Hole Symposium Paper Proceedings**, 2018.

## **Bibliografia Complementar**

### **Livros:**

WOOLDRIDGE, Jeffrey M. , **Econometric analysis of cross section and panel data**, 2ª ed., MIT Press, 2010  
FEINBERG F.T; KINNEAR T. ;TAYLOR J. ,, **Modern Marketing Research: Concepts, Methods and Cases**, 2ª ed.,South-Western College Pub, 2012  
LILIEN, G. L.; RANGASWAMY, A., **Marketing Engineering**, 2ª ed., Prentice Hall, 2004  
Wayne L. Winston, **Marketing Analytics: Data-Driven Techniques with Microsoft Excel**, ª ed., , 2014  
Jeffery, M. (2010), **Data-driven marketing: the 15 metrics everyone in marketing should know**, ª ed., John Wiley & Sons, 2010

## Artigos:

Gertler, Markand Simon Gilchrist. **What Happened: Financial Factors in the Great Recession. Journal of Economic Perspectives.** , v. 32 , n. 3 , p. 3-30 , 2018.  
Schwager, Jack. .**The New Market Wizards** . Harper Collins. , 1992.  
1. Gertler, Mark, Nobuhiro Kiyotaki, and Andrea Prestipino. A **Macroeconomic Model with Financial Panics**. NBER Working Paper 24126. , 2017.

## ORGANIZING THE CROWD

**Carga Horária Total:** 40

### Ementa:

Increasingly, new ventures and established firms are incorporating into their business models a vision where community members are empowered: users and clients, suppliers, and other stakeholders are expected to contribute directly to firms' strategy and ideas, thereby blurring the firms' boundaries. 'Crowds' are central to several widespread business models, including collaborative platforms where individuals' behavior and connections constitute a major source of data. We will unpack what is behind buzzwords like 'wisdom of crowds', 'crowdsourcing', 'collaborative platforms', 'online communities', 'user communities', 'communities of practice' and so on. The class dynamics will include case discussion, business model analysis and practitioners' lectures.

### Objetivos:

In this class, we will pursue the following goals:

- examine how different business models rely on 'crowds' in order to generate value and establish their competitive advantage
- discuss how these business models rely on technological trends, including the increasing digitalization
- explore the implications of 'crowd-based' elements to implementation

### Conteúdo Programático:

1. Collective Intelligence and Crowdsourcing
2. Social Capital and Networks

3. Collaborative Platforms
4. Open Innovation
5. Reputation Systems
6. Communities of Practice
7. Online Communities
8. Open Strategy
9. Designing research and experiments on communities, platforms and crowds

## **Bibliografia Básica**

### **Livros:**

- Heimans, Jeremy, e Henry Timms. *New Power*. Macmillan Publishers Aus., 2018.
- McAfee, Andrew, e Erik Brynjolfsson. *Machine, platform, crowd: Harnessing our digital future*. WW Norton & Company, 2017.
- Surowiecki, James. *The wisdom of crowds*. Anchor, 2005.

### **Artigo(s) Bibliografia Básica:**

- Ansell, Chris, e Alison Gash. "Collaborative Platforms as a Governance Strategy". *Journal of Public Administration Research and Theory* 28, no 1 (1o de janeiro de 2018): 16–32. <https://doi.org/10.1093/jopart/mux030>.
- Birkinshaw, Julian. "Reflections on open strategy". *Long Range Planning* 50, no 3 (2017): 423–26.
- Felin, Teppo, Karim R Lakhani, e Michael L Tushman. "Firms, Crowds, and Innovation". *Strategic Organization* 15, no 2 (maio de 2017): 119–40. <https://doi.org/10.1177/1476127017706610>.
- Fisher, Greg. "Online Communities and Firm Advantages". *Academy of Management Review* 44, no 2 (abril de 2019): 279–98. <https://doi.org/10.5465/amr.2015.0290>.
- Kohler, Thomas. "Crowdsourcing-based business models: How to create and capture value". *California Management Review* 57, no 4 (2015): 63–84.
- O'Mahony, Siobhan, e Karim R Lakhani. "Organizations in the shadow of communities". *Research in the Sociology of Organizations* 33 (2011): 3–36.

## **Bibliografia Complementar**

### **Livros:**

- Brabham, Daren C. *Crowdsourcing*. Mit Press, 2013.
- Howe, Jeff. *Crowdsourcing: How the power of the crowd is driving the future of business*. Random House, 2008.
- Nichols, Tom. *The death of expertise: The campaign against established knowledge and why it matters*. Oxford University Press, 2017.
- Wellman, Barry. *Networked: the new social operating system*. Cambridge, Mass: MIT Press, 2012.
- Von Hippel, E. *Democratizing innovation*. the MIT Press, 2005.

### **Artigo(s) Bibliografia Complementar:**

- Appleyard, Melissa M., e Henry W. Chesbrough. "The Dynamics of Open Strategy: From Adoption to Reversion". *Long Range Planning* 50, no 3 (junho de 2017): 310–21. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2016.07.004>.
- Boudreau, Kevin, e Karim Lakhani. "How to manage outside innovation". *MIT Sloan management review* 50, no 4 (2009): 69.
- Boudreau, Kevin J, e Karim R Lakhani. "Using the crowd as an innovation partner." *Harvard business review* 91, no 4 (2013): 60–69.
- Chua, Roy Y. J., Yannig Roth, e Jean-François Lemoine. "The Impact of Culture on Creativity: How Cultural Tightness and Cultural Distance Affect Global Innovation Crowdsourcing Work".

- Administrative Science Quarterly 60, no 2 (junho de 2015): 189–227. <https://doi.org/10.1177/0001839214563595>.
- Dahlander, Linus, Siobhan O'Mahony, e David M Gann. "One foot in, one foot out: how does individuals' external search breadth affect innovation outcomes?" Strategic Management Journal, 2014.
- Dahlander, Linus, e Siobhan O'Mahony. "Progressing to the center: Coordinating project work". Organization Science 22, no 4 (2011): 961–79.
- Faraj, Samer, Srinivas Kudaravalli, e Molly Wasko. "Leading Collaboration in Online Communities." Mis Quarterly 39, no 2 (2015): 393–412.
- Gadiraju, Ujwal, Gianluca Demartini, Ricardo Kawase, e Stefan Dietze. "Human beyond the machine: Challenges and opportunities of microtask crowdsourcing". IEEE Intelligent Systems 30, no 4 (2015): 81–85.
- Gallus, Jana. "Fostering public good contributions with symbolic awards: A large-scale natural field experiment at Wikipedia". Management Science 63, no 12 (2016): 3999–4015.
- Gray, Mary L, Siddharth Suri, Syed Shoaib Ali, e Deepti Kulkarni. "The crowd is a collaborative network", 134–47. ACM, 2016.
- Greenberg, Jason, e Ethan Mollick. "Activist Choice Homophily and the Crowdfunding of Female Founders". Administrative Science Quarterly 62, no 2 (junho de 2017): 341–74. <https://doi.org/10.1177/0001839216678847>.
- Greenstein, Shane, e Feng Zhu. "Is Wikipedia Biased?" American Economic Review 102, no 3 (2012): 343–48.
- Greenstein, Shane, e Feng Zhu. "Do Experts or Crowd-Based Models Produce More Bias? Evidence from Encyclopedia Britannica and Wikipedia." MIS Quarterly 42, no 3 (2018).
- Harris, Christopher G. "The effects of pay-to-quit incentives on crowdworker task quality", 1801–12. ACM, 2015.
- Ho, Chien-Ju, Aleksandrs Slivkins, Siddharth Suri, e Jennifer Wortman Vaughan. "Incentivizing high quality crowdwork", 419–29. International World Wide Web Conferences Steering Committee, 2015.
- Kaethler, Michael. "Curating Creative Communities of Practice: The Role of Ambiguity". Journal of Organization Design 8, no 1 (dezembro de 2019): 10. <https://doi.org/10.1186/s41469-019-0051-z>.
- Kittur, Aniket, Jeffrey V Nickerson, Michael Bernstein, Elizabeth Gerber, Aaron Shaw, John Zimmerman, Matt Lease, e John Horton. "The future of crowd work", 1301–18. ACM, 2013.
- Klapper, Helge, e Markus Reitzig. "On the Effects of Authority on Peer Motivation: Learning from Wikipedia". Strategic Management Journal 39, no 8 (agosto de 2018): 2178–2203. <https://doi.org/10.1002/smj.2909>.
- Kurvers, Ralf HJM, Stefan M Herzog, Ralph Hertwig, Jens Krause, Patricia A Carney, Andy Bogart, Giuseppe Argenziano, Iris Zalaudek, e Max Wolf. "Boosting medical diagnostics by pooling independent judgments". Proceedings of the National Academy of Sciences 113, no 31 (2016): 8777–82.
- Manzini, Raffaella, Valentina Lazzarotti, e Luisa Pellegrini. "How to Remain as Closed as Possible in the Open Innovation Era: The Case of Lindt & Sprüngli". Long Range Planning 50, no 2 (abril de 2017): 260–81. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2015.12.011>.
- Martinez, Marian Garcia, e Bryn Walton. "The wisdom of crowds: The potential of online communities as a tool for data analysis". Technovation 34, no 4 (2014): 203–14.
- Mollick, Ethan, e Ramana Nanda. "Wisdom or madness? Comparing crowds with expert evaluation in funding the arts". Management Science 62, no 6 (2015): 1533–53.
- Monteiro, Felipe, Michael Mol, e Julian Birkinshaw. "Ready to Be Open? Explaining the Firm Level Barriers to Benefiting From Openness to External Knowledge". Long Range Planning 50, no 2 (abril de 2017): 282–95. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2015.12.008>.
- Muchnik, L., S. Aral, e S. J. Taylor. "Social Influence Bias: A Randomized Experiment". Science 341, no 6146 (9 de agosto de 2013): 647–51. <https://doi.org/10.1126/science.1240466>.

Nagle, Frank. "Learning by Contributing: Gaining Competitive Advantage Through Contribution to Crowdsourced Public Goods". *Organization Science* 29, no 4 (agosto de 2018): 569–87. <https://doi.org/10.1287/orsc.2018.1202>.

Wasko, Molly McLure, e Samer Faraj. "Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice". *MIS quarterly*, 2005, 35–57.

## **R PARA CIÊNCIA DOS DADOS**

**Carga Horária Total:** 40

### **Ementa:**

Parte 1: Fundamentos da Linguagem R; Tipos de dados e objetos básicos: Vetores, Matrizes, Arrays, Listas, Data Frames, Strings e Fatores; Condicionais; Estruturas Repetitivas e de Controle; Ambientes e Funções; Vetorização e Programação Funcional; Bibliotecas e Pacotes do R; Parte 2: R para Ciência de Dados; O Ambiente R Studio; Importando Dados; Preparando e Transformando Dados; Visualizando e Explorando Dados; Modelando Dados; Comunicando Resultados com R Markdown.

### **Objetivos:**

A produção vertiginosa de dados e informações no mundo contemporâneo demandou a fusão de habilidades computacionais e inferenciais na criação de um novo profissional: o Cientista de Dados, capaz de tomar decisões a partir da modelagem e análise de dados complexos. Para que as análises feitas pelo Cientista de Dados sejam reproduzíveis, automatizáveis em larga escala e facilmente comunicáveis, é imperativo que este trabalhe em um nível programático, indo além do "apontar e clicar" das ferramentas de análise tradicionais. Nesta disciplina, damos passos importantes na formação de um Cientista de Dados completo, desenvolvendo os fundamentos da linguagem R, que serão aplicados, dentro do ambiente R Studio, ao fluxo de diversas análises de dados, compreendendo as fases de importação, preparação, transformação, visualização, exploração e modelagem, além da composição integrada de relatórios para a comunicação de resultados. Teremos a oportunidade de aplicar e estender os métodos inferenciais desenvolvidos pelos alunos de Economia, Administração e

Engenharias com aulas práticas e fortemente participativas, conduzidas no formato de oficinas de programação e análise de dados. Ao final desta disciplina o aluno deverá ser capaz de:

1. Entender a estrutura, construir e inspecionar os principais tipos de objetos da linguagem R;
2. Escrever programas de complexidade moderada que compreendam funções definidas pelo usuário, condicionais, estruturas repetitivas e de controle;
3. Articular os aspectos funcionais da linguagem R, aproveitando oportunidades de vetorização nos programas desenvolvidos;
4. Utilizar as principais facilidades do ambiente R Studio;
5. Importar dados de fontes diversas, estruturadas ou não, relacionais, não relacionais e textuais;
6. Preparar e transformar dados para análise, cuidando de valores nulos ou ausentes, da formatação de datas e horários, de verificações de integridade, entre outros aspectos;
7. Visualizar dados e efetuar análises exploratórias que resumam as informações e sugiram boas formas de modelagem;
8. Modelar e analisar dados para fins de inferência e predição;
9. Comunicar os resultados das análises na linguagem R Markdown, de maneira integrada: quaisquer mudanças nos dados devem produzir novos relatórios automaticamente.

## Conteúdo Programático:

01. Aspectos fundamentais da linguagem R, instalação e acesso à documentação;
02. Facilidades do ambiente R Studio;
03. Tipos de dados e objetos básicos: criação e inspeção de propriedades e conteúdos;
04. Vetores, Matrizes e Arrays;
05. Listas;
06. Data Frames;
07. Strings e Fatores;
08. Condicionais, Estruturas Repetitivas e de Controle;
09. Ambientes e Funções;
10. Vetorização e Programação Funcional;
11. Utilizando bibliotecas e pacotes do R;
12. Núcleo duro do R para Ciência de Dados: bibliotecas dplyr, tidyverse e ggplot2;
13. Importação de dados em formatos diversos;
14. Preparação e transformação de dados;
15. Visualização de dados e análise exploratória;
16. Modelagem de dados;
17. Comunicação integrada de resultados com R Markdown.

## Bibliografia Básica

### Livros:

COTTON, R., **Learning R.**,<sup>a</sup> ed., O'Reilly Media, 2013  
WICKHAM, H. GROLEMUND, G., **R for Data Science**,<sup>a</sup> ed., O'Reilly Media, 2017  
ZUMEL, N.; MOUNT, J., **Practical Data Science with R.**,<sup>a</sup> ed., Manning, 2014

## Bibliografia Complementar

### Livros:

DAVIES, Tilman. **The Book of R.** No Starch Press, 2016.  
GROLEMUND, Garrett. **Hands-On Programming with R.** O'Reilly Media, 2014.  
JAMES, Gareth; WITTEN, Daniela; HASTIE, Trevor; TIBSHIRANI, Robert. An **Introduction to Statistical Learning with Applications in R.** Springer, 2013.

MATLOFF, Norman. **The Art of R Programming**. No Starch Press, 2011.  
TEETOR, Paul. **R Cookbook**. O'Reilly Media, 2011.

## **STARTUP LAB**

**Carga Horária Total:** 80

### **Ementa:**

O curso é extremamente vivencial e exige que participante invista, pelo menos, o dobro do tempo utilizado em sala de aula, em preparações prévias e trabalhos de campo, interagindo com potenciais clientes, usuários, influenciadores, parceiro se fornecedores.

Os objetivos específicos da disciplina são:

Domínio das técnicas de criação de startups mais recentes como Lean Startup, Customer Development, Design Thinking, Job to be done, Scrum, Lean Analytics, OKR; Integração com a comunidade de empreendedorismo do Brasil e no exterior, incluindo aceleradoras, incubadoras, investidores, fontes de fomento e entidades de apoio; Vivência dos desafios e dilemas do empreendedor, incluindo pro atividade, resiliência, fracasso, auto-aprendizado.

Habilidade na compreensão e gestão de pessoas, incluindo sócio, membros do time, fornecedores, parceiros e clientes; Aplicação de conhecimentos adquiridos em outras disciplinas de Administração e Economia em ambiente de recursos escassos como planos de marketing eficazes com investimentos mínimos ou formação de equipes atrelada à participação em resultados futuros.

Estes objetivos serão alcançados por meio de:

Vivência empreendedora; Aulas vivenciais em formato de workshops e mentorias com convidados que são ex-alunos empreendedores e/ou principais referências do empreendedorismo brasileiro; Interações constantes com potenciais clientes, fornecedores, parceiros, investidores no Brasil e no exterior.

Avaliações individuais mensais a respeito do domínio das competências empreendedoras e o processo de criação de startups.

## Objetivos:

Este curso foi estruturado para quem já tem uma startup ou pensarem criar uma nos próximos três anos. Este horizonte de tempo é importante, pois o conteúdo do programa foi planejado para ser totalmente aplicado e, participantes do curso que não se interessem por empreender (pelo menos no curto prazo), talvez, não consigam vivenciar plenamente a experiência de pilotar um novo negócio totalmente inovador e desafiador.

Além de aprender e vivenciar os fundamentos sobre como criar uma startup, esta disciplina também é um laboratório. Isto significa testar ideias e hipóteses que não darão certo. Não foi só o Airbnb que fracassou antes de dar certo. A vida dos empreendedores é marcada muito mais por erros do que acertos, mas isto também é um aprendizado. Certa vez, Thomas Edison, afirmou que ele não fracassou ao tentar, cerca de 10.000 vezes, desenvolvendo a lâmpada. Simplesmente, encontrou 10.000 maneiras que não funcionaram. Mas como disse Drew Houston, fundador do Dropbox: "Você só precisa acertar uma vez". Tudo isto para que mesmo se der tudo "errado" com a sua startup, o participante tem condições de "passar" na disciplina com ótimo aproveitamento.

Outro ponto a se destacar da disciplina Startup Lab é que não apenas um número crescente de jovens quer criar startups. Grandes empresas brasileiras como AMBEV, Natura, Gerdau, Brasken, Porto Seguro, Hospital Albert Einstein e internacionais como Google, Red Bull, Unilever, Facebook, entre tantas, querem startup se novos talentos empreendedores que dominem os conhecimentos típicos de startups. Dentre as grandes empresas, todas as grandes instituições financeiras (Goldman Sachs, Merrill Lynch, XP, Bradesco, Itaú, Banco do Brasil) também estão atrás das startups financeiras (fintechs). Muitas destas grandes empresas, inclusive, já abordam este tema já no processo seletivo de estágio e, principalmente trainees.

Neste contexto, o objetivo do STARTUP LAB, é uma disciplina optativa de empreendedorismo para alunos de Administração e Economia, é fortalecer as competências empreendedoras visando com isso, aumentar as chances de sucesso na criação de startups inovadoras e de rápido crescimento.

Ao término do curso, o participante deve demonstrar suas competências na criação da sua própria startup, incluindo em um ambiente corporativo (corporate startups).

## Conteúdo Programático:

O conteúdo programático da disciplina Startup Lab é o resultado fusão de duas disciplinas famosas da Universidade de Stanford (Technology Entrepreneurship and Lean Startups [ENGR 245] e How to Start a Startup [CS 183]) adaptadas ao ecossistema brasileiro de empreendedorismo. Por esta razão, a preparação prévia inclui a leitura de textos e a visualização dos vídeos gravados das aulas ministradas em Stanford. Todos estes materiais estão disponíveis apenas em inglês.

Opportunity recognition: How to find the best opportunity for me

Team formation: How to find the best partners

Corporate Entrepreneurship: How to create a startup inside a large organization

High growth startups: How to create innovative and high-growth potential startups

Fund raising: How to raise funds from investors and government agencies

## Bibliografia Básica

### Livros:

BLANK, S.; DORF, B. , **Startup: manual do empreendedor**, 1ª ed., Alta Books, 2014

NAKAGAWA, Marcelo. , **Empreendedorismo**, 1ª ed., Senac, 2013

NAKAGAWA, M. , **Plano de Negócio: Teoria Geral**, 1ª ed., Manole, 2011

### Artigos:



BLANK,S. . Why the Lean Start-Up Changes Everything.. **Harvard Business Review** . , v. 91 , n. 5 , p. 63-72 , 2013.

## **Bibliografia Complementar**

### **Livros:**

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y., **Business Model Generation** ,<sup>a</sup> ed., Alta Books, 2011  
Osterwalder, A.; Pigneur, Y., **Value Proposition Design - Como Construir Propostas de Valor Inovadoras**,<sup>a</sup> ed., HSM do Brasil, 2014  
HSIEH, T. , **Satisfação garantida: delivering happiness**,<sup>a</sup> ed., Thomas Nelson, 2010  
GRANDO, Nei (Org.). **Empreendedorismo Inovador: Como Criar Startups de Tecnologia no Brasil.**, 1<sup>a</sup> ed., ÉVORA, 2012  
DRUCKER, P. , **Inovação e espírito empreendedor: (entrepreneurship): prática e princípios.**,<sup>a</sup> ed., Cengage Learning, 2010

### **Artigos:**

CRISTENSEN, C.M.; ANTHONY, S.D.; BERSTELL, G.; NITTERHOUSE, D. . Finding the right job for your product.. **MIT Sloan Management Review** . , v. 48 , n. 3 , p. 38-47 , 2007.

## **TÓPICOS AVANÇADOS EM RENDA FIXA**

**Carga Horária Total: 80**

### **Ementa:**

Participantes e segmentação dos mercados. Mecanismos de colocação dos títulos públicos, segmentos de negociação e Sistemas de custódia e liquidação. Regulamentação, processos de emissão e documentação. Cláusulas de garantia (collateral), subordinação e restritivas (covenants). Mercado interbancário e operações compromissadas (Repos).

Características contratuais e convenções de mercado. Títulos públicos e privados no Brasil e no exterior. Convenções e práticas de mercado. Principais instrumentos derivativos de juros dos mercados brasileiro e internacional.

Fluxos de caixa descontados e rendimento dos instrumentos. Relação entre preço e endimento de títulos e carteiras.

Determinantes do nível de taxas de juros e teorias clássicas sobre curvas de juros. Taxas de juros referenciais (Selic, DI, Fed Funds, Treasuries, Libor, etc.). Taxas a vista (spot) e a termo (forward). Estimativa da curva de juros spot: vértices e interpolação. Cupom cambial sujo e limpo. Títulos soberanos e spread over Treasury.

Variáveis que afetam o preço de um título (fatores de risco). Valor de mercado por full valuation por aproximação linear.

Mensuração do risco de preço: sensibilidade, duration e convexidade. Hedging de carteiras com contratos DI Futuro. Instrumentos de renda fixa com opções embutidas.

Securitização: motivações, benefícios econômicos, participantes do mercado, tipos de collateral e instrumentos. Fatores determinantes do spread de crédito. Agências classificadoras de risco e sistemas de rating. Estrutura de risco das taxas de juros.

### **Objetivos:**

O objetivo geral da disciplina é aprofundar o conhecimento sobre os mercados financeiros para instrumentos de renda fixa. O curso aborda tanto as questões relacionadas ao funcionamento dos mercados quanto às características contratuais e aplicações dos principais instrumentos no contexto nacional e internacional.

O curso enfatiza aspectos práticos enfrentados por administradores financeiros, com destaque para as operações e problemas mais corriqueiros no mercado brasileiro.

### **Conteúdo Programático:**

Visão Geral dos Mercados e dos Instrumentos de Renda Fixa Principais Instrumentos dos Mercados Monetário e de Capitais: Brasil e Exterior Avaliação de Instrumentos de Renda Fixa Análise de Risco e Hedging em Renda Fixa Securitização e Instrumentos de Renda Fixa sujeitos a Risco de Crédito

### **Bibliografia Básica**

#### **Livros:**

FABOZZI, F.J. , **Fixed Income Analysis & Workbook** , 2ª ed., Wiley, 2007

HULL, JOHN, **Options, Futures And Other Derivatives**, 8ª Ed., Phe - Pearson Higher Education, 2011

Santos, José Carlos De Souza, Silva, Marco Eugênio Da, **Derivativos E Renda Fixa - Teoria E Aplicações Ao Mercado Brasileiro**, 1ª ed., ATLAS, 2015

#### **Artigos:**

VILELLA, Paulo Alvarez and LEAL, Ricardo Pereira Câmara.. O desempenho de fundos de renda fixa e o índice de renda de Mercado (IRF-M). **RAE-eletrônica**. , v. 7 , n. 1 , 2008.

### **Bibliografia Complementar**

#### **Livros:**

FABOZZI, F.J. , **The Handbook of Fixed Income Securities**, 7ª ed., McGraw- Hill, 2005

FERREIRA, L.F. Rogé. , **Manual de Gestão de Renda Fixa**, 1ª ed., Bookman, 2004

SECURATO, J.R.e outros. , **Cálculo Financeiro das Tesourarias – Bancos e Empresas**, 4ª ed., Saint Paul , 2008

TUCKMAN, B. , **Fixed Income Securities: Tools for Today's Markets**, 2ª ed., John Wiley & Sons, 0

VERONESI P. , **Fixed Income Securities: Valuation, Risk, and Risk Management**, 1ª ed., Wiley, 2010

#### **Artigos:**

Iquiapaza, Robert Aldo, et al.. Determinants of the Development of Fixed Income Mutual Funds in Brazil [Condicionantes do Crescimento dos Fundos Mútuos de Renda Fixa no Brasil]. **RAUSP-Revista de Administração da Universidade de São Paulo**. , v. 43 , n. 3 , p. 250-262 , 2008.

