

Universidade de São Paulo
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto
Programa de Pós-Graduação em Administração de Organizações

Disciplina: Técnicas de Pesquisa – RAD 5004

Responsáveis:

- Prof^a. Dr^a. Janaina de Moura Engracia Giraldi
- Prof^a. Dr^a. Lara Bartocci Liboni
- Prof^a. Dr^a. Sonia Valle Walter Borges de Oliveira

Cronograma: 9 aulas de 5h – Quartas-feiras, das 8h00 às 13h00

Data de início: 14/09/2016

Data de término: 23/11/2016

Créditos: 6 créditos (Nº DA ÁREA: 96132)

PROGRAMA

OBJETIVOS:

Propiciar aos alunos do Programa de Pós-Graduação em Administração de Organizações (*stricto-sensu*) a oportunidade de analisar e discutir em classe a elaboração do projeto de dissertação de mestrado ou tese de doutorado em Administração. Auxiliar na evolução destes projetos de pesquisa, dirimindo dúvidas e promovendo ajustes necessários, valendo-se da contribuição dos pós-graduandos e do professor durante as discussões em classe. Os conceitos e aplicações que compõem a disciplina serão aprofundados por meio do desenvolvimento do projeto de dissertações e tese que será amplamente discutido em forma de seminários. Serão apresentados e debatidos todos os projetos de pesquisa (mestrado e doutorado), no decorrer da disciplina.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- 1ª. Apresentação da disciplina, do professor, do programa, da estrutura do curso. Discussão conceitual sobre a estrutura de um projeto de pesquisa. - Exposição de conceitos teóricos e orientações do professor.
- 2ª. Exposição de conceitos teóricos e orientações do professor. Pesquisa Qualitativa e Quantitativa. Metodologia do Estudo de caso.
- 3ª. Técnica de coleta de dados: entrevistas. Técnica de coleta de dados: questionários. Técnica de coleta de dados: escalas de medidas.
- 4ª. Técnica de coleta de dados: grupo de foco. Técnica de coleta de dados: pesquisa participativa. Normas de Apresentação. ENTREGA DOS PROJETOS PARA O PROFESSOR E PARA OS COLEGAS REFERENTES À PRIMEIRA APRESENTAÇÃO SEMPRE COM 01 SEMANA DE ANTECEDENCIA.
- 5ª. Apresentação do projeto 1:Apresentação do projeto 2: Apresentação do projeto 3.
- 6ª. Base de dados IBGE: RAIS, PINTEC, PIA. Base de dados SEADE: PAEP. Economática, Contrade.
- 7ª. Apresentação do projeto 4. Apresentação do projeto 5. Apresentação do projeto 6.
- 8ª. Apresentação do projeto: 7. Apresentação do projeto 8. Apresentação do projeto 9.
- 9ª. Apresentação do projeto: 10. Apresentação do projeto 11. Apresentação do projeto: 12.
- 10ª. Apresentação do projeto 13. Apresentação do projeto:14. Apresentação do projeto 15.

TODOS OS ALUNOS DEVERAO ENTREGAR A VERSAO FINAL DO PROJETO PARA O PROFESSOR DA DISCIPLINA E PARA O SEU ORIENTADOR

BIBLIOGRAFIA

Básica:

1. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 14724:** Informação e documentação: Trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002.
2. BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. 1ª. Ed. 2ª Reimpressão. São Paulo: Edições 70, 2011.

3. CERVO, A.L.; BERVIAN, P.A. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002, p.242.
4. COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de pesquisa em administração**. Trad: Luciana de Oliveira Rocha. 10. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011, p.640.
5. FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2009, p.408.
6. GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010, p.175.
7. HAIR, J.F.; BABIN, B.; MONEY A.H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005, p.472.
8. HAIR, J.F.; WOLFINBARGER, M.; ORTINAU, D.J.; BUSH, R.P. **Fundamentos de pesquisa em marketing**. Porto Alegre: Bookman, 2010, p.408.
9. KUHN, T. **A Estrutura das revoluções científicas**. Trad: Beatriz Vianna Boeira e Nelson Boeira, 9. ed. São Paulo: Perspectiva, 2009, p.264.
10. MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012, p.798.
11. MARTINS, J.A. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002, p.116.
12. RICHARDSON, R J. et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999, p.334.
13. SELTZ, WRIGHTSMAN; COOK. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. 4. ed. São Paulo: EPU, 1987, p.67.
14. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. SISTEMA INTEGRADO DE BIBLIOTECAS. **Diretrizes para apresentação de teses e dissertações à USP: documento eletrônico ou impresso**. 2. ed. São Paulo: SIBi/USP, 2009, p.102.
15. VERGARA, S.C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000, p.92.
16. YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010, p.212.

Complementar:

1. BASTOS, L.R. et al. **Manual para a elaboração de projetos e relatórios de pesquisa, teses, dissertações e monografias**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC- Livros Técnicos e Científicos S/A, 2003, p.222.
2. BENZÉCRI, J.P. **Pratique de l'analyse des donnés**. Paris : Dunod, 1980.
3. COCHRAN, W.G.; COX, G.M. **Diseños experimentales**. México: Editorial Trillas, 1978.
4. DILLON, W.R.; M. GOLSTEIN. **Multivariate analysis: Methods and Applications**. New York, Wiley, Inc., 1984, p.608.
5. EVRARD, Y. et al. **Market études et recherches en marketing: Fondements et Méthodes**. Paris: Éditions Nathan, 1993.
6. GOLDMAN, A.; McDONALD, S. S. **The group deph interview: Principles and Practices**. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, 1987, p.197.
7. GREEN, P.E. **Analyzing multivariate data**. Hinsdale: Holt, Rinehart & Winstons, Inc., 1978.
8. GUELFAND, G. La Troisième Génération du Qualitatif. **Revue française du marketing**, n. 125, 1992.
9. HAIR JR., J.F. et al. **Multivariate data analysis**. 6. ed. New York : Macmillan Publishing Company, 2005, p.928.
10. HARMAN, H.H. **Modern factor analysis**. 3. ed. Chicago: University of Chicago Press, 1976, p.508.
11. KAMAKURA, W.; MAZZON, J.A.. Value Segmentation: A Model for the Measurement of Values and Value Systems. **Journal of consumer research**, v.18, p. 208-217, Sep.1991.
12. KIRK, J.; MILLER, M. L. **Reliability and validity of qualitative research**. Beverly Hills: Sage Publications, 1986, p.88.
13. KISH, Leslie. **Survey sampling**. New York: Wiley-Interscience, 1995, p.664.

14. LAPIN, L.L. **Statistics for modern business decisions**. 2. ed. San Diego: Dryden Press, U.S., 1993, p.1200.
15. LINSTONE, H.; TUROFF, M. **The Delphi method: Techniques and Applications**. Addison-Wesley Publishing Company, 1975.
16. MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: Metodologia, Planejamento, Execução e Análise**. Volume I, 6. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2005, p.347.
17. MAZZON, J.A. et al. **Marketing: Aplicações de Métodos Quantitativos**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 1983.
18. MAZZON, J.A. **Marketing Social: Pesquisa de Evaluacion del Programa de Alimentacion del Trabajador en El Brasil. Journées d'analyse des donnés**, Caracas, 1983.
19. MILLER, D. C. **Handbook of research design and social measurement**. New York: Longman, Inc., 1978.
20. MONGE, P.R. **Multivariate techniques in human communication research**. New York: Academic Press, 1980.
21. MORRISON, D.F. **Multivariate statistical methods**. New York : McGraw-Hill, 1976.
22. POTTES, M. G. S.; TOLEDO, V. L. P. **Pesquisa qualitativa no Brasil-histórico: Evolução e Tendências**. São Paulo: ESOMAR, 1991.
23. PRESS, S.J. **Applied multivariate analysis**. 2. ed. New York: Krieger Pub Co, 1982, p.600.
24. REIS, A.H.M.A.M. **Pesquisa qualitativa em marketing: Uma Visão Crítica a Respeito da Utilização desta Metodologia no Brasil, a Partir do Testemunho de Clientes e Usuários de São Paulo**. São Paulo, Dissertação de Mestrado, FEA-USP, 1994.
25. RUIZ, João Álvaro. **Metodologia científica: guia para eficiência nos estudos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1996, p.177.
26. SCHRADER, A. **Introdução à pesquisa social empírica**. Porto Alegre: Editora Globo, 1974.
27. SERRA NEGRA, Carlos Alberto; SERRA NEGRA, Elizabete Marinho. **Manual de trabalho monográficos de graduação, especialização, mestrado e doutorado**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009, p.224.
28. SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 22. ed. São Paulo: Cortez, 2002, P.335.
29. TIMM, N.H. **Multivariate analysis with applications in education and psychology**. Monterey : Brooks-Cole, 1975, p.689.
30. VOLLE, M. **Analyse des Donnés**. Paris, **Economica**, 1985.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO:

Seminário, exercícios, participação, trabalho parcial: peso 1. Trabalho final (projeto de dissertação): peso 1. Critério de reavaliação: de acordo com Regimento da Pós Graduação do Programa e da USP.

OBSERVAÇÕES:

Desenvolvimento do Curso: O curso será desenvolvido no tripé pesquisa, discussão e apresentação (didática), considerando os objetivos do mestrado e doutorado em Administração de Organizações. Os alunos deverão elaborar um seminário de seu projeto de pesquisa com maestria didática trazendo as dúvidas e aflições metodológicas inerentes ao objeto pesquisado. O trabalho final da disciplina será o projeto de dissertação pronto e formatado para envio à Fapesp.

Todo o material será disponibilizado no STOA