

MBA EM DIGITAL BUSINESS

ementas do curso

segundo semestre de 2021

MBAUSP
ESALQ

MÓDULO - EMPREENDEDORISMO, CONSUMER INSIGHTS E GESTÃO OPERACIONAL NA ERA DIGITAL

Business Intelligence

Fases e etapas de um projeto de BI; Transformação das informações em inteligência de mercado; BI: visão empresarial, ferramentas computacionais e relação entre os sistemas de gestão (ERP, CRM, SCM e outros); Cases de BI em empresas nacionais e internacionais.

Consumer Insights

Apresentação de uma abordagem contemporânea sobre o comportamento do consumidor; Discussão das principais tendências a partir do comportamento do consumidor; Os processos para geração de insights e análise de consumidor; Ferramentas de consumer insights e tendências de comportamento e consumo.

UX Design – Experiência do Usuário

Experiência do Usuário (UX); Customer Experience (CX); Técnicas de User Research; Compreender, planejar e criar serviços e produtos baseados na Jornada do Consumidor; Design, usabilidade e arquitetura da informação; Administração de conteúdo; Cases aplicados.

Mapeamento da Jornada do Consumidor

Fundamentos e introdução ao Customer Journey (CX); Criação do Mapa de Jornada do Consumidor e seus Touch Points; Tangibilização dos micromomentos; Casos e exemplos no Brasil e no mundo.

Branding: gestão de marcas

Conceito, função e importância das marcas; O processo de criação do Brand Equity; Importância da identidade e do posicionamento na gestão de marcas; Conceitos estratégicos de design e sua aplicabilidade na gestão da marca; Desafios e Tendências na Construção de Marcas; Casos e exemplos de gestão de marcas no Brasil e no mundo.

Gestão de Varejo e Tendências do Mercado de Consumo

A disrupção dos negócios do Varejo; Varejo: Conceitos e classificações; O papel do varejo na economia; Os números do varejo no Brasil e no mundo; Novos modelos de varejo; Varejo Digital; Tendências do varejo brasileiro e mundial; Best practices de empresas varejistas brasileiras e internacionais.

Operações e Logística

Evolução do setor logístico para a nova Era Digital; A digitalização das atividades logísticas e de distribuição; A visão integrada da cadeia de valor da distribuição; Os componentes da cadeia logística (principais elos e fluxos); Gestão de performance e indicadores logísticos (SLA, KPI's de qualidade, prazo, custo e entrega); Alianças estratégicas; Aplicações de soluções omnichannel; Estudo de casos no Brasil e no mundo.

Gestão do E-commerce e Marketplaces

A era digital e o processo de vendas; Pilares do e-commerce; Apresentação e discussão das principais métricas de um e-commerce (taxa de conversão, tráfego, vendas, ticket médio, taxa de carrinho abandonado, taxa de rejeição, ROI); Marketplaces: o que é, formas de atuação dos varejistas nesse ambiente, prós e contras do modelo; Tendências na área no Brasil e no mundo; Casos de empresas.

Empreendedorismo e Lean Startup

A criação de novos negócios e o papel do indivíduo empreendedor na era digital; Redefinindo a Proposta de Valor e Modelo de Negócio em resposta à um mercado muito dinâmico; O método Lean Startup; Cases aplicados.

Gestão da Mudança na Era Digital (Change Management)

Os princípios e estratégias para a gestão da mudança organizacional; Como adaptar estruturas e processos organizacionais para aproveitar as oportunidades e reduzir as ameaças digitais; Desafios e papel do gestor num mundo de mudanças contínuas e disruptivas; Casos aplicados.

Tópicos Especiais de Gestão

Nessa disciplina serão abordados temas contemporâneos em gestão de empresas na era digital.

Bibliografia do módulo

- AAKER, David A. Marcas: Brand Equity: Gerenciando o valor da Marca. Editora Negócio, 1998.
- AAKER, D. A.; JOACHIMSTHALER, E. Como construir marcas líderes. São Paulo: Futura, 2001.
- AGILE PROCESS. Guia da Logística para o E-commerce. Disponível em: <http://agileprocess.com.br/guia-logistica-para-ecommerce/>. Acesso em: 10/03/2019.
- ANDERSON, K.; KERR, C. Customer Relationship Management. 1ª ed. McGraw-Hill, 2001.
- ANGELO, C. F.; GIANGRANDE, V. Marketing de Relacionamento no Varejo. 1ª ed. São Paulo: Saint Paul Editora, 2007.
- ANGELO, C.F., NIELSEN, F.A.G., & FOUTO, N.M.M.D. Manual de Varejo no Brasil. São Paulo: Saint Paul Editora, 2012.
- ALBERTIN, A. Comércio Eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação. São Paulo: Atlas, 2004.
- ALMEIDA, J.B. Manual de Direito do Consumidor. 5ª Edição. Editora Saraiva (Livro Digital), 2015.
- ALVARENGA, A. C.; NOVAES, A. G. N. Logística Aplicada: Suprimento e Distribuição Física. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1994.
- AMOR, D. E-Business (r)evolution. 2nd Edition, USA: Prentice Hall PTR, 2008.
- ANDERSON, C. A Cauda Longa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- ARNOLD, J.R.T. Introduction to materials management, 3rd ed. USA: Prentice-Hall, 1998.
- BALLOU, R.H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- BANZATO, E. WMS. Warehousing management system. São Paulo: IMAM, 1998.
- BARBIERI, C. BI – Business Intelligence – Modelagem & Tecnologia. Rio de Janeiro: Axcel Books do Brasil, 2001.
- BARON; S. Empreendedorismo: uma visão do processo (EVP). Thomson, 2006.
- BARRETO, I. F.; CRESCITELLI, E. Marketing de relacionamento; como implantar e avaliar resultados. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2015.
- BATEY, M. O significado da marca: como as marcas ganham vida na mente dos consumidores. Rio de Janeiro: Best Business, 2010.
- BERMAN, B.; EVANS, J.R. Retail management: a strategic approach, 12th ed. New Jersey: Prentice Hall, 2012.
- BLACKWELL, R.D., MINIARD, P.W., ENGEL, J.F. Comportamento do consumidor, 9ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- BLANK, Steven Gary. Do sonho à realização em quatro passos: estratégias para criação de empresas de sucesso. São Paulo: Editora Évora, 2012.
- BOOG, G. Faça a diferença: como construir sua competência pessoal e transformar seus potenciais em realidade. São Paulo: Ed. Infinito, 2000.
- BOVEY, W. H. Resistance to organizational change: the role of cognitive and affective processes. Leadership & Organizational Development Journal, v.22, n. 7, 2001.
- BOWERSOX, D.L. Gestão Logística da Cadeia de Suprimentos. Porto Alegre: Bookman, 2014.

BRINCK, T.; GERGLE, D.; WOOD, S. Usability for the web – Designing web sites that. Morgan Kaufmann, 2001.

BROWN, S. Retail Location: A Micro-Scale Perspective. University of Ulster, 1992.

CAMM, J. D. et al. Business Analytics. 3a ed. São Paulo: Cengage Learning, 2018.

CARNEIRO, J. M. T.; CAVALCANTI, M.; SILVA, J. D. Os determinantes da sustentabilidade da vantagem competitiva na visão resource-based. Encontro da ANPAD, v. 23, 1999.

CARVAJAL JÚNIOR, C. J., SANCHEZ, W. M. Empreendedorismo, Tecnologia e Inovação. São Paulo, Editora Livrus, 2015.

CHAFFEY, D. Gestão de E-business e E-commerce: Estratégia, Implementação e Prática. 5ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2013.

CHOPRA, S.; MEINDL, P. Gestão da cadeia de suprimentos: estratégia, planejamento e operações. São Paulo: Pearson Prentice- Hall, 2011.

CHRISTENSEN, C. O dilema da inovação: quando novas tecnologias levam as empresas ao fracasso. Makron Books, 2001.

CHOUDARY, P. Platform Scale: How an emerging business model helps startups build large empires with minimum investment. Platform Thinking Labs, 2015

COLLINS, J.; COLLINS, J. Good to Great. 1ª ed, HarperBusiness, 2001.

COLLINS, J. Empresas feitas para vencer. São Paulo: HSM Editora, 2013.

COOK, M.; COOK, C. Competitive Intelligence: Creating an Intelligent Organization and Compete to Win, 1ª ed, Kogan Page, 2000.

COSTA, S. G.; RODRIGUES, J. N.; VIEIRA, Gestão da mudança. Atlas, 2010.

COUTINHO, A.; POYATOS, H.; e MENDES, M. Inove com Design Thinking. São Paulo: Fiap, 2016.

CHOWDHURY, S. A era do talento. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

DAVE, C. Gestão de e-business e e-commerce. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2016.

DOLABELA, F. Empreendedorismo, uma forma de ser: Saiba o que são empreendedores individuais e coletivos. 1. Ed. Brasília: Agência de Educação para o Desenvolvimento, 2003.

DORNELAS, J. Empreendedorismo – Transformando Ideias em Negócios. 5ª ed. Campus, 2014.

DYER, J; CHRISTENSEN, C. M; GREGERSEN, H. DNA do inovador - dominando as 5 habilidades dos inovadores de ruptura. São Paulo: HSM, 2012.

DRUCKER, P.F. - O Essencial de Drucker. 1ª ed. Actual: 2008

ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. Consumer Behavior. 8ª ed. Orlando: The Dryden Press, 1995.

FADER, P. Customer centricity: focus on the right customers for strategic advantage. USA: Wharton Press, 2012.

FADER, P.; TOMS, S. E. Customer centricity playbook: implement a winning strategy driven by customer lifetime value. USA: Wharton Press, 2018.

FALCONI, V.C. Gerenciamento da rotina do trabalho do dia a dia. 9ª ed, INDG, 2013.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração de Empresas, vol. 34, n. 2, p. 5-28, abril/junho, 1999.

FISCHER, R. M.; FLEURY, M. T. L. Cultura e Poder nas Organizações. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1992.

FITZSIMMONS, J. A; FITZSIMMONS, M. Administração de serviços. Porto Alegre: Bookman, 2ª Ed. 2000.

FORMAGGIO, E.B. SEO – otimização de sites. Brasport, 2010.

FRANCO JR., C.F. E-Business Na Infoera. Atlas, 2006.

FURTADO, B. Desejos Contemporâneos. São Paulo; GS&MD, 2009.

GABRIEL, M. Marketing na era digital. São Paulo: Editora Novarte, 2016.

GARRET, J. J. The elements of user experience. New Riders, 2010.

GOTHELF, J. Seiden; UX, J. Lean: Applying Lean Principles to Improve User Experience. USA: O'Reilly Media, 2013.

GRAZZIOTIN, G. A Arte do Varejo: O Pulo do Gato Está na Compra. 5ª ed. São Paulo: Senac, 2002.

HANDFELD, R.; NICHOLS, E. Introduction to supply chain management. Upper Saddle River: Prentice Hall, 1999.

HARTSON, R; PYLA, P. S. The UX book: process and guidelines for ensuring quality user experiente. USA: Morgan Kaufmann, 2012.

HAYES, M. The Ultimate Guide to Dropshipping Paperback – June 24, 2013 Janeiro: Elsevier/Campus, 2013.

HERSEY, P., BLANCHARD, K. Psicologia para administradores. São Paulo: EPU Editora, 1986.

IDEO. The Field Guide to Human-Centered Design, IDEO.org/Design Kit, 2015.

IDEO. Design Thinking for Educators. IDEO LLC, 2012. Disponível em: <http://designthinkingforeducators.com/>.

ISMAIL, S.; MALONE, M. S.; Yuri, V. G. Organizações Exponenciais. São Paulo: Alta Books, 2015.

JOHANN, S. L. Gestão da cultura corporativa. São Paulo: Saraiva, 2003.

JOY, R. Propósito. Por que Ele Engaja Colaboradores. Constrói Marcas Fortes e Empresas Poderosas. Alta Books, 2018.

KALBACH, J. Designing web navigation. O'Reilly Media, 2007.

KAPFERER, J. N. The new strategic brand management: advanced insights & strategic thinking. 5ª ed. Londres: Kogan Page, 2012.

KARSAKLLAN, E. Comportamento do consumidor. 2ª ed. Editora Atlas, 2004.

KAHNEY, L, LYRA, M. H, COSTA, C. I. A cabeça de Steve Jobs. Rio de Janeiro: Agir, 2009.

KAUFMAN, J. Manual do CEO: Um verdadeiro MBA para o gestor do século XXI

KING, D.; TURBAN, E. Comércio eletrônico, 5ª ed, Pearson Universidades, 2003.

KOTLER, P.; LEE, Nancy R. Marketing contra a pobreza. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2009.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H. Marketing 3.0: As Forças do Marketing Que Estão Definindo o Novo Marketing Centrado no Ser Humano. 1ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H; SETIAWAN, I. Marketing 4.0. Rio Janeiro: Editora Sextante, 2017.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de Marketing. 15ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2018.

KRUG, S. Don't make me think! A common sense approach to web usability. 3ª ed New Riders, 2014.

LEGRAIN, M.; DANIEL, M. Estudo de Mercado. São Paulo, Atlas, 1992.

LEVY, M., WEITZ, B.A.; GREWAL, D. Retailing Management, 9th ed. New York: McGrawHill Education, 2015.

LEWIS, R., HART, M. The New Rules of Retail: competing in the world's toughest marketplace, 2nd ed. New York: Palgrave Macmillan, 2014.

LOWDERMILK, T. Design Centrado no Usuário. São Paulo, Editora Novatec, 2013.

MCCALMAN, J.; PATON, R.A. Change Management: a guide to effective implementation. 3th ed. Sage; 2008.

MATTAR, F. N. Administração de Varejo. 1ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MAGALDI, S.; Neto, J.S. Gestão do Amanhã: Tudo o que você precisa saber sobre gestão, inovação e liderança para vencer na 4ª Revolução Industrial. 1ª ed. Gente, 2018.

MAZZON, J.A.; KAMAKURA, W. A. Estratificação socioeconômica e consumo no Brasil. São Paulo, Ed. Blucher, 2013.

MCCRACKEN, G. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. Revista de Administração de Empresas, v. 47, n. 1, p. 99-115, 2007.

MELLO, P. C. Potencial de consumo, recursos naturais e economia brasileira. São Paulo, Saint Paul Editorial, 2012.

MIKITANI, H. As Novas Regras do E-commerce Marketplace 3.0. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2014.

MORAIS, F. Planejamento estratégico digital, 1ª ed. Brasport, 2009.

MOSCOVICI, F. Desenvolvimento Interpessoal. 11 ed. São Paulo: José Olympio, 2001.

MYERSON, P. A. Lean Supply Chain and logistics management. USA: McGraw-Hill, 2012.

NOVAES, A. G. N. Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição. : 4ª ed. São Paulo: Editora Elsevier, 2015.

NUNES, R. Curso de Direito do Consumidor. 7ª ed. Editora Saraiva.

ORTIZ, P. Dropshipping E-commerce Business Model 2020: How to Leverage and Exponentially Grow Your Online Store Using the Latest Social Media Marketing Strategies on Facebook, Instagram, YouTube, and Twitter. Kindle E-Book, 2019.

OSTERWALDER, A; PIG, Y. Business Model Generation - inovação em modelos de negócios. Rio Janeiro: Alta Books, 2011.

PAIVA, E. L., CARVALHO JR., J. M.; FENSTERSEIFER, J. E. Estratégia de produção e de operações: conceitos, melhores práticas e visão de futuro. Porto Alegre: Bookman, 2004.

PARENTE, J.; LIMEIRA, T. V., BARKI, E. (org). Varejo para a baixa renda. São Paulo, Edt. Artmed, 2008.

PARENTE, J.; BARKI, E. Varejo no Brasil: gestão e estratégia, 2ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2014.

PEREZ, F. Vantagens competitivas no e-commerce através da logística. São Paulo: Editora Lexia, 2010.

PETER, J. P.; OLSON, J. C.; GRUNERT, K. G. Consumer behavior and marketing strategy. London: McGraw-Hill, 1999.

QUEIROZ, C. S. As competências das pessoas potencializando seus talentos. São Paulo: DVS, 2008.

RASKINO, M.; WALLER, G. Digital to the Core: Remastering Leadership for Your Industry, Your Enterprise, and Yourself. 1ª ed. Bibliomotion, 2015.

RIES, E. A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação. São Paulo: Leya Brasil, 2012.

ROCA, R. G. et al. Gestão do Relacionamento com o cliente. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2015.

SAFFER, D. Designing for interaction. MacMillan Technical, 2009.

SALIM, I. Organizações Exponenciais, 1ª ed. Alta Books, 2018.

SALVADOR, M. Gerente de Ecommerce – Editora Ecommerce School – Mauricio Salvador, Cap. 4 – Jacob André Gomes Vicente. São Paulo: Atlas, 2001.

SAMARA, B. Comportamento do consumidor: conceitos e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SCHWARTZ, Barry. O Paradoxo da escolha: por que mais é menos. São Paulo: A Girafa Editora, 2007.

SUCUPIRA, C. Gestão de depósitos e centros de distribuição através dos softwares wms. 2002.

SERRALVO, F. A. (organizador). Gestão de Marcas no Contexto Brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2008.

SERRENTINO, A. Varejo e Brasil: reflexões estratégicas. 2ª ed. São Paulo: [s.n.], 2016.

SINEC, S. Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action. Portfolio, 2009.

SHETH, J. N.; MITTAL, B.; NEWMAN, B. J. Comportamento do Cliente: Indo Além do Comportamento do Consumidor. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SOLOMON, M. R.; Comportamento do Consumidor. 11ª. ed. Bookman, 2016.

STEEL, J. A arte do planejamento. Campus Elsevier, 2006.

SENGE, P. M. A Quinta Disciplina: Arte e Prática da Organização que Aprende. 27ª Edição. São Paulo: Best Seller, 2010.

STEPHENS, D. The Retail Revival: reimagining business for the new age of consumerism. Mississauga (Canada): Wiley, 2013.

STEPHENS, D. Reengineering Retail: the future of selling in a post-digital world. Vancouver (Canada): Figure 1 Publishing, 2017.

STRUNCK, G. - Como Criar Identidades Visuais para Marcas de Sucesso. Rio de Janeiro: Rio Books, 2001.

SWIFT, R. O Revolucionário Marketing de Relacionamento com o Cliente. Ed. Campus, 2001.

TAPPSCOT, D. A hora da geração digital. São Paulo: Editora Agir, 2010.

TEIXEIRA, F. Introdução e boas práticas em UX Design. São Paulo: Casa do Código, 2014.
TELLES, R.; STREHLAU, V. I. Canais de Marketing e Distribuição. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
THIEL, P.; MASTERS, B.; KORYTOWSKI, I. De zero a um, 1ª ed. Objetiva, 2014.
TULLIS, T.T.; ALBERT, B. Measuring the user experience. Morgan Kaufmann, 2013.
TURBAN, E.; King, D. Comércio Eletrônico: Estratégia e Gestão. São Paulo: Prentice Hall, 2010.
VASCONCELLOS, E. Competitividade e negócios eletrônicos – experiências de empresas brasileiras. Editora Atlas, 2005.
VASCONCELLOS, E. (coord.). E-commerce nas empresas brasileiras. São Paulo: Atlas, 2005.
VERDONK, P; LITTLE, J. Lean Change Management: Prácticas Innovadoras Para El Manejo del Cambio Organizacional. Madrid: Independently Published, 2019.
VINEESH, R. Supply Chain: management best practices. USA: Vineesh, 2018.
WEDEL, M.; KAMAKURA, W. Market Segmentation: Conceptual and Methodological Foundations. 2ª ed. Norwell: KAP, 2000.
WEILL, P.; VITALE, M. R. Place to Space: Migrating to eBusiness Models. Harvard Business School Press, 2001.

MÓDULO - NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS, TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E CULTURA ÁGIL

Disrupção Digital - Novos Mindsets para a Transformação Digital

O que é Disrupção Digital? Entendendo a importância da disrupção digital para o futuro dos negócios; Fundamentos e consequências da Digital Age; Os desafios de elaborar uma estratégia digital alinhada aos valores, atividades e recursos disponíveis; Exemplos e cases de T.D. nas empresas.

Cenários Econômicos para Análise dos Negócios

Princípios da análise econômica: conceitos/definições usuais; Fundamentos sobre nível de atividade: PIB, inflação, desemprego e seus índices; Introdução à Política Econômica: fiscal, monetária, cambial e seus instrumentos; Sistema Financeiro, Mercados e Conjuntura Econômica: estrutura do mercado financeiro e ambiente doméstico e internacional; Avaliação de cenário econômico e de tendências. Análise da Conjuntura Econômica.

Estratégia e Modelos de Negócios Digitais

Definição de estratégias na era da revolução digital; A mudança de parâmetros de análise em um negócio devido à dificuldade em prever os mais variados contextos que envolvem uma empresa; Os desafios da execução da estratégia; Exemplos e casos de negócios digitais no Brasil e no mundo.

Gestão de Projetos e Metodologias Ágeis

O que são metodologias ágeis?; Conhecendo as principais metodologias ágeis e onde aplicá-las; Conceitos e principais diferenças de metodologias ágeis; Cases e exemplos práticos em empresas nacionais e internacionais.

Gestão da Inovação na Era Digital

Desmistificação a Inovação; Por que adotar a cultura 'customer centricity'; Plataformas estratégicas para inovar: produto, marca, posicionamento, modelo de negócio; Metodologias dos modelos open source, da cocriação, do design de serviços e outras que auxiliem a criação de modelos de negócios inovadores; Cases e exemplos práticos.

Cultura Digital e Liderança

Mudança de cultura organizacional e construção de uma cultura digital; O papel da Liderança na Transformação Digital; Abordagens, técnicas e ferramentas para a elaboração de um plano de gestão das mudanças para a transformação digital das organizações; Cases e exemplos práticos.

Legislação no Ambiente Digital

Direito Digital; Princípios e responsabilidades - LGPD (Lei nº 113709/2018); Implicações da LGPD nos negócios das empresas varejistas; Transparência x privacidade; Segurança da informação; Cenários de usos e aplicações da LGPD no mercado de consumo.

Introdução a Segurança da Informação e Cibersegurança

Entender como a segurança da informação e a proteção de dados podem alavancar a Transformação Digital; Abordar os princípios ligados à segurança da informação e de dados; Cases e exemplos práticos em empresas nacionais e internacionais.

Sustentabilidade e Ética nas Organizações

Os impactos do novo contexto social, econômico e tecnológico nas empresas e pessoas; A evolução da responsabilidade socioambiental; Economia colaborativa; Economia circular; Consumo sustentável; Conflitos éticos e Códigos de conduta; Responsabilidade social corporativa; Cases e exemplos práticos.

Práticas de Gestão da Diversidade e Inclusão nas Organizações

Abordar diferentes perspectivas e vertentes diversidade e inclusão nas organizações; Abordar os impactos da gestão da diversidade no clima organizacional e nos indicadores de RH; Cases e exemplos de empresas benchmarking em gestão da diversidade.

Tópicos Especiais de Gestão

Nessa disciplina serão abordados temas contemporâneos em gestão de empresas na era digital.

Bibliografia do módulo

- ALMEIDA, M.I.R. Manual de Planejamento Estratégico 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- ALMEIDA, J. R. et al. Planejamento Ambiental. Caminho para Participação Popular e Gestão Ambiental. 23ª Edição, Rio de Janeiro, Biblioteca Estácio de Sá, 1999.
- AMARAL, D. C. et al. Gerenciamento ágil de projetos: aplicação em produtos inovadores. São Paulo: Editora Saraiva, 2011.
- ANDERSON, C. A cauda longa. Rio de Janeiro: Campus, 2006.
- ANSOFF, H.I. Estratégia empresarial. São Paulo: Mcgraw-Hill do Brasil, 1977.
- _____, A nova estratégia empresarial. São Paulo: Atlas, 1990.
- BACHA, C.J.C.; Entendendo a Economia Brasileira. 2ª ed. Campinas: Alínea, 2011.
- BACHA, C. J.C. Macroeconomia: Teoria e Aplicações à Economia Brasileira. 1ª ed. Campinas: Alinea, 2006.
- BATEMAN, T. S.; SNELL S. A. Administração: construindo vantagem competitiva. São Paulo: Atlas: 1998.
- BAWENS, M; KOSTAKIS, V. Network society and future scenarios for a collaborative economy. London: Polgrave Pivot, 2014
- BENYON, D. Interação Humano-Computador. 1ª ed. Pearson, 2011.
- BESANKO, D.; DRANOVE, D.; SHANLEY, M. & SCHAEFER, S. Economics of Strategy. 4th Ed. John Wiley & Sons, 2007
- BESANKO, D; BRAEUTIGAM, R. Microeconomics. 5ª ed. Wiley, 2014.

BICALHO, A. 2003. Responsabilidade Social das Empresas: Contribuição das Universidades. São Paulo: Editora Peirópolis, 2003. p. 364. 2003.

BLANCHARD, Olivier Macroeconomia – Teoria e Política Econômica. 4a edição. Rio de Janeiro: Editora Pearson/Prentice Hall, 2007.

BLOK, M. Compliance e governança corporativa: atualizado de acordo com a Lei Anticorrupção Brasileira (Lei 12.846) e o Decreto-Lei 8.421/2015. Rio Janeiro: Freitas Bastos, 2017.

BRITO, F; CÂMARA, J. B. Democratização e Gestão Ambiental. Em Busca do Desenvolvimento Sustentável. 3ª Edição, Petrópolis, RJ, Vozes, 1998.

BROWN, T. Design thinking: Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias; Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

BURDEA, G.; COIFFET, P. Virtual Reality Technology. 2ª ed. Wiley, 2003.

CAVALCANTI, C. (Org.) Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas. 3ª Edição, São Paulo, Cortez, Recife. Fundação Joaquim Nabuco, 2002.

CASE, S. A Terceira Onda da Internet: Como reinventar os negócios na era digital. 1ª ed. Alta Books, 2018.

CERTO, S.C.; PETER, J.P. Administração Estratégica: planejamento e implantação da estratégia. Trad. Flavio D.Steffen. São Paulo: Makron Books do Brasil Editora Ltda, 1993.

CHRISTENSEN, C. O dilema da inovação: quando novas tecnologias levam as empresas ao fracasso. 1ª ed. Makron Books, 2011.

COLEMAN, D. C. Ecology Revisited: Reflecting on Concepts, Advancing Science. University of California Press, 2010.

DYER, J; CHRISTENSEN, C. M; GREGERSEN, H. DNA do inovador - dominando as 5 habilidades dos inovadores de ruptura. São Paulo: HSM, 2012.

DAMODARAN, A. Gestão Estratégica do Risco: uma referência para a tomada de riscos empresariais. Trad. Felix Nonnenmacher. São Paulo: Artmed Editora, 2009.

DIXIT, A.K.; NALEBUFF, B.J. The Art of Strategy: a Game Theorist's guide to success in business and life. New York: W. W. Norton & Company, 2008.

DORNBUSCH, R.; FISCHER, S.; STARTZ, R. Macroeconomia. 10a edição São Paulo: McGrawhill, 2009.

DYER, J; CHRISTENSEN, C. M; GREGERSEN, H. DNA do inovador - dominando as 5 habilidades dos inovadores de ruptura. São Paulo: HSM, 2012.

FERRAZ JR, T. S. Argumentação jurídica. São Paulo: São Paulo: Manole, 2016.

FISCHMANN, A.A.; ALMEIDA, M.I.R. Planejamento Estratégico na Prática. São Paulo: ATLAS, 1996

FRIEDMAN, T. O Mundo é Plano. São Paulo: editora Objetiva, 2009.

GARCIA, J. O negócio do social. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

GEEST, Y. V. et al. Organizações exponenciais: por que elas são 10 vezes melhores, mais rápidas e mais baratas que a sua (e o que fazer a respeito). São Paulo: HSM Editora, 2015. GIDO, J.; CLEMENTIS, J. P. Gestão de projetos. Cengage: São Paulo, 2007.

GRAY, D. A Empresa Conectada. Novatec, 2019.

GUERRA, A. J.; CUNHA, S. B. Impactos Ambientais Urbanos no Brasil. São Paulo, Bertrand Brasil, 2001.

HARGROVES, K. & SMITH, M. (Editors). The Natural Advantage of Nations: Business Opportunities, Innovation and Governance in the 21st Century. Hardback: Earthscan/James&James, 2005.

HUMBLE, J.; MOLESKY, J.; O'REILLY, B. Lean Enterprise. 1ª ed. O'Reilly Media, 2015.

ISMAIL, S; MALONE, M; VAN GEEST, Y. Organizações Exponenciais, Por que elas são 10 vezes melhores, mais rápidas e mais baratas que a sua (e o que fazer a respeito). São Paulo: Editora HSM, 2015.

JANUZZI, P. M. Indicadores sociais no Brasil. São Paulo, Ed. Alínea, 5a edição, 2012.

JOHNSON, M. W. et al. HBR's 10 must read on business model innovation. São Paulo: Harvard Business Review Brasil, 2019.

KAPLAN, R.S.; NORTON, D.P.A Estratégia em Ação: Balanced Scorecard. 7ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1997.

KERZNER, H. Gerenciamento de Projetos: Uma Abordagem Sistemática para Planejamento, Programação e Controle. 10ª ed. São Paulo: Blucher, 2011.

KELLEY, T. As 10 faces da inovação estratégias para turbinar a criatividade; Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2007.

KERZNER, Harold. Gestão de Projetos - 3ed: As Melhores Práticas. Bookman Editora, 2016.

MAGALDI, S.; Neto, J.S. O Novo Código da Cultura: Vida ou Morte na Era Exponencial. 1ª ed. Gente, 2019.

MAIA, N. B.; MATOS, L.; BARELLA, N. Indicadores ambientais: Conceitos e aplicações. São Paulo, Educ/Coped/INEP, 2001.

MANKIW, N.G. Introdução à economia. São Paulo: Editora Pioneira/Thomson, 3ª edição, 2005.

MATHIAS, W.F.; WOILER, S. Projeto: planejamento, elaboração e análise. São Paulo: Atlas, 1992.

MAXIMIANO, A. C. A. Administração de projetos: como transformar ideias em resultados. São Paulo: Atlas, 2007.

MAY, P. H. et al. Economia e Meio Ambiente. São Paulo, Atlas, 2003.

MAY, P.; MOTTA, R. Valorando a Natureza. Rio de Janeiro, Campus, 1994.

MEIRA, S. Novos negócios inovadores de crescimento empreendedor no Brasil. Casa da Palavra, 2013.

MELO, A; ABELHEIRA, R. Design Thinking & Thinking Design: metodologia, ferramentas e uma reflexão sobre o tema. São Paulo: Novatec, 2015.

MENEZES, L. C. de M. Gestão de projetos. 3. ed. São Paulo: Atlas 2009.

MEREDITH, J.R., MANTEL, S. J., Jr., Administração de Projetos, Rio de Janeiro: LTC, 2003.

MILES, I. The development of technology foresight: A review. Technological Forecasting & Social Change, 77. pp. 1448–1456, 2010.

MOURA, L. A. Economia Ambiental, Gestão de Custos e Investimentos. 2ª Edição Revista e Atualizada. São Paulo, Juarez Oliveira, 2003.

MUELLER, A. C; GUIDO, S. Introduction to Machine Learning with Python a Guide for Data Scientists. New York, USA: O'Reilly Media, 2016.

OSTERWALDER, A.; PIG, Y. Business Model Generation - inovação em modelos de negócios. Rio Janeiro: Editora Alta Books, 2011.

PORTER, M. E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 7. ed, Rio de Janeiro: Campus, 1986.

PORTER, M. E. Competição: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. PMBOK – Um Guia do Conhecimento em Gerenciamento de Projetos. 1ª ed. Saraiva Editora, 2013.

REIS, D. Gestão da Inovação Tecnológica. 2ª ed. São Paulo: Manole 2018.

RIBEIRO, L. Estudos avançados no marketing sustentável. São Paulo: Pearson Education, 2017.

RIES, E. A Startup Enxuta. 1ª ed. Leya Brasil, 2012.

RIES, E. The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Crown Business, 2010.

ROAM, D. Desenhando negócios. Rio Janeiro: Editora Campus – RJ, 2011.

ROBBINS, S. P.; JUDGE, T. A. Comportamento Organizacional. São Paulo: Editora Pearson Brasil, 14ª ed, 2014.

ROGER D. L.; SERRA, A. C. C. Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital. São Paulo: Editora Autêntica Business, 2017.

SCHWAB, K. A quarta revolução industrial. São Paulo: Editora Edipro, 2016.

SCHWABER, K; BEEDLE, M. Agile Software Development with Scrum. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

SCHWABER, K. Agile Project Management with Scrum. Redmond, Washington: Microsoft Press, 2004.

SIMONSEN, M.H.; CYSNE, R.P. Macroeconomia, Editora Atlas, 4ª ed.,2009.

STICKDORN, M. et al. Isto é Design Thinking de serviços: fundamentos, ferramentas, casos. Porto Alegre: Bookman, 2014.

SUTHERLAND, J; SCHWABER, K. The Scrum Guide. 11/2017. Disponível em: <https://www.scrumguides.org/docs/scrumguide/v2017/2017-Scrum-Guide-Portuguese-Brazilian.pdf>. Acesso em: 10/06/2019.

TAPPSCOT, D. A hora da geração digital. São Paulo: Editora Agir, 2010.

TEIXEIRA, T. Startups e inovação: direito no empreendedorismo (entrepreneurship law). São Paulo: Manole, 2017.

TIDD, J.; BESSANE, J.; PAVITT, K. Gestão da Inovação. 3. ed. São Paulo: Bookman, 2008.

TIGRE, P. B. Gestão da Inovação: a economia da tecnologia no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

VALERIANO, Dalton L. Moderno gerenciamento de projetos. Pearson Prentice Hall, 2007.

VARGAS, R.V. Manual prático do plano de projeto: utilizando o PMBOK guide. 4. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2009.

VARIAN, H. R. Microeconomic Analysis. 3a. ed. New York: W.W. Norton & Cia, 1992.

VIDAL, A. Agile Think Canvas. Rio de Janeiro: Editora Brasport, 2017.

WERKEMA, C. Criando a Cultura Lean Seis Sigma. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

MÓDULO - TECNOLOGIAS EMERGENTES, DATA SCIENCE E ANALYTICS

Tecnologia da Informação (TI)

O papel da Tecnologia da Informação (TI) na transformação digital; O uso do TI como arma competitiva e de alavancagem de negócios; O relacionamento do líder digital x CIO; Alinhamento estratégico de TI; Estruturação da área de T.I.; Casos aplicados.

Data Science e Big Data

O que é Big Data; Os dados que integram o Big Data; Ferramentas Big Data; Big Data Analytics; Principais tecnologias associadas a Big Data, suas funções e diferenças em relação às empregadas em BI; Casos com o uso do Big Data.

Inteligência Artificial

Relação entre I.A., Analytics e Big Data; Princípios de IA e sua aplicação no mundo real; Onde pode-se aplicar I.A.; Breve introdução à projetos de I.A.; Casos de uso e atividades práticas para discussão em sala.

Analytics e Machine Learning

Introdução a Técnicas de Analytics e Machine Learning; Reconhecimento de Padrões; Algoritmos Supervisionados de Machine Learning; Construção de Modelos Preditivos; Elaboração de Casos Reais e Práticos.

Blockchain e Digital Money

Conceituando Blockchain; Modelos de governança autônoma; Aplicativos descentralizados (dapps); Contratos inteligentes; Modelos de negócios e oportunidades de inovação no mercado P2P; O que são criptomoedas e como funcionam; Aplicações das criptomoedas na economia; Aspectos de segurança digital envolvendo criptomoedas e suas principais vulnerabilidades.

Fintechs – Inovação e Disrupção no Mercado Financeiro

O que são Fintechs; Como a tecnologia está sendo usada na oferta de novos produtos e serviços nos mercados financeiros; Principais áreas de inovação no setor financeiro do Brasil e mundo; Desafios do mercado (evolução tecnológica, regulamentação financeira e governo) e estudos de caso.

Marketing Digital

Mudanças do marketing tradicional para o digital; Bases e conceitos do marketing digital; Funil de Conversão; Análise e atuação nas principais mídias sociais: Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn, Pinterest, Twitter, dentre outros (p.ex. TikTok); Casos e exemplos de aplicação dos conceitos da disciplina.

SEO & SEM

Marketing de busca e marketing de conteúdo; Como otimizar motores de busca: Google, SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing) e SMO (Social Media Optimization); Tipos de campanha (search, display, remarketing, shopping, Youtube); Casos e exemplos práticos.

Google Analytics, KPI's e Métricas

Digital Analytics e Google Analytics; Uso de Analytics para modelagem de dados, identificação/resolução de problemas e aplicações na gestão; Analytics das principais redes sociais; Data Wrangling (análise otimizada dos dados); Casos e exemplos práticos.

Mobile Marketing

O que é Mobile Marketing; Importância e evolução do Mobile Marketing; Estratégias de Mobile Marketing; Mobile SEO: otimizando sites para dispositivos móveis; SMS & WhatsApp Marketing; QR Code Marketing & Payment; Casos de sucesso e insucesso do Mobile Marketing no Brasil e no mundo.

Investimentos e Valuation de Empresas

Valuation de projetos empresariais; Técnicas de avaliação de empresas; Avaliação de empresas pelo método do fluxo de caixa descontado; Apuração do custo de capital próprio (CAPM), de terceiros e o custo médio ponderado de capital (WACC); A relação entre a estrutura de capital e o custo de capital; Modelos de avaliação de startups; Exemplos de avaliação de empresas.

Tópicos Especiais de Gestão

Nessa disciplina serão abordados temas contemporâneos em gestão de empresas na era digital.

Bibliografia do módulo

ALCANTARA, L. K. Big Data e IoT: Desafios da Privacidade e da Proteção de Dados no Direito Digital. São Paulo: Bok2, 2017.

ALBACH, J. Designing web navigation. O'Reilly Media, 2007.

AMARAL, F.C.N. Data Mining: Técnicas e Aplicações para o Marketing Direto. São Paulo: Editora Berkeley, 2001.

ASSAF NETO, A. Finanças corporativas e valor. São Paulo: Atlas, 2003.

ASSAF NETO, A. Matemática Financeira e suas Aplicações. 12ª Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BARABÁSI, A. Linked: how everything is connected to everything else and what it means for business, science, and everyday life. New York: Plume, 2003

BERGSON, L. R. Gestão e Governança de Dados: promovendo dados como ativo de valor nas empresas. Rio Janeiro: Editora Brasport, 2013.

BERRY, M.J.A; LINOFF, G. Data Mining Techniques For Marketing, Sales and Customer Support. 3ª ed. New York, USA: John Wiley & Sons, Inc., 2011.

BESANKO, D; BRAEUTIGAM, R. Microeconomics. 5ª ed. Wiley, 2014.

BORINELLI, M. L.; PIMENTEL, R. C. Curso de Contabilidade para Gestores Analistas e outros profissionais. São Paulo: Atlas. 2004.

BRIGGS, A. Uma História Social da Mídia: De Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2004.

BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. A contabilidade Empresarial. São Paulo: Atlas. 2006.

CAMM, J. D. et al. Business Analytics. 3a ed. São Paulo: Cengage Learning, 2018.

CHEN, H., CHIANG, R. H. L.; STOREY, V. C. Business Intelligence and Analytics: from Big Data to Big Impact. Journal MIS Quarterly, vol. 36, no. 4. p. 1165-1188, 2012.

CHEN, Y. et al. Big data analytics and big data science: a survey. Journal of Management Analytics, v. 3, n. 1, p. 1-42. fev. 2016.

CHISHTI, S. The FINTECH Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries. New York, USA: Wiley, 2016.

CIALDINI, R. As Armas da Persuasão. Sextante, 2012.

COSTA, L. G. T. A.; COSTA, L. R. T. A.; ALVIM, M. A. Valuation. 2ª ed. Atlas, 2011.

DAMODARAN, A. Avaliação de Investimentos. Rio: Qualitymark, 1997.

DAVENPORT, T. H.; HARRIS, J. G.; MORISON, R. Analytics at work: smarter decisions, better results. Boston, MA: Harward Business Press, 2010.

DE FARO, C. Fundamentos de Matemática Financeira. Saraiva, 2006.

ENGE, E. Arte de SEO – Dominando a Otimização dos Mecanismos. Novatec, 2012.

FAWCETT, T.; PROVOST, F. Data Science para negócios. 1ª ed. Alta Books: 2016.

FERNADEZ, G. Data Mining Using SAS Applications. New York: Chapman & Hall/CRC, 2003.

FLATSCHART, Fábio. HTML5 – Embarque Imediato. Rio de Janeiro: Editora Brasport, 2011.

FLEMING, S. Blockchain technology and microservices architecture. USA: eBook Kindle, 2018.

GABRIEL, M. Você, Eu e os Robôs. São Paulo: Editora Atlas, 2018.

GABRIEL, M. SEM & SEO: Dominando o marketing de busca. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

GOERTZEL, B. e PENNACHIN, C. Artificial general intelligence. USA: Springer, 2010.

GRACIOSO, F. Marketing Estratégico. Editora Atlas, 2007.

GRANER, E.A. Como Aprender Estatística. Edições Melhoramentos, 1952.

GRAY, D. A Empresa Conectada. Novatec, 2019.

GUBBI, J.; BUYYA, R.; MARUSIC, S.; PALANISWAMI, M. Internet of Things (IoT): A vision, architectural elements, and future directions, Future Generation Computer Systems, vol. 29, i. 7, p. 1645-1660, September 2013.

HAN, J., KAMBER, M. Data Mining: Concepts and Techniques. New York: Morgan Kaufmann Publisher, 2001.

HOFFMANN, R. Estatística para Economistas. 4ª. Edição. Thomson Pioneira, 1980.

HOFFMANN, R.; VIEIRA, S. Análise de Regressão. São Paulo: Atual, 2a. ed., 1977.

HOJI, M; DA LUZ, A. E. Gestão Financeira e Econômica. São Paulo: Editora Atlas, 2018.

HUA, H. Mobile marketing management: case studies from successful practices. USA: Productivity Press, 2019.

IEMMA, A.F. Estatística Descritiva. Piracicaba: Fi Sigma Rô Publicações, 1992.

ISMAIL, S.; MALONE, M. S.; Yuri, V. G. Organizações Exponenciais. São Paulo: Alta Books, 2015.

JENKIS, H. Cultura da Convergência. São Paulo. Editora Aleph, 2008.

JERKOVIC, J.I. Guerreiro SEO. Novatec, 2010.

JOHNSON, S. Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro. Editora Jorge Zahar, 2001.

KELLY, K. The Inevitable: Understanding the 12 technological forces that will shape our future. New York, USA: Penguin, 2016.

KING, B. Bank 4.0: Banking Everywhere, Never at a Bank. 1ª ed. John Wiley & Sons: 2019.

KIRNER, C.; SISCOOTTO, R. Realidade Virtual e Aumentada: Conceitos, Projeto e Aplicações. Petrópolis – RJ, Livro do Pré-Simpósio, IX Symposium on Virtual Reality. Editora SBC – Sociedade Brasileira de Computação, 2007.

KLEIN, N. Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido. Rio de Janeiro: Record, 2002.

KINGSNORTH, S. Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing. USA: Kogan Page, 2019.

KRUG, S. Don't make me Think. Pearson Educational. 2010.

LAUDON, K C, LAUNDON, J.P. Sistemas de Informação – com internet. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

LAUDON, K. C. Management Information Systems. 9ª ed. Pearson, 2011.

LAURINDO, F. J. B.; ROTONDARO, R. G. (orgs.) Gestão integrada de processos e da tecnologia da informação. São Paulo: Atlas, 2006.

LOUCKS, J.; MACAULAY, J.; NORONHA, A.; WADE, M. Digital Vortex: How Today's Market Leaders Can Beat Disruptive Competitors at Their Own Game. 1ª ed. DBT Center Press: 2016.

LUCCI, S. e KOPEC, D. Artificial intelligence in the 21st century. USA: Mercury Learning & Information, 2019.

LUGER, G. Inteligência artificial. São Paulo: Pearson, 2013.

MACHADO, F. N. R. Big Data. O Futuro dos Dados e Aplicações. São Paulo: Editora Érica, 2018.

MAGNANI, E. A internet das coisas. Rio Janeiro: Editora FGV, 2018.

MAHESHWARI, A. Data analytics made accessible. USA: eBook Kindle edition, 2019.

MANSUR, R. Governança da Nova TI: A Revolução. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2013.

MARQUESONE, R. Big Data/Técnicas e tecnologias para extração de valor dos dados. São Paulo: Casa do Código, 2017.

MARTELANC, R.; PASIN, R.; CAVALCANTE, F. Avaliação de Empresas. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

MARTINS, E. (Org.). Avaliação de Empresas: Da mensuração contábil à econômica. São Paulo: Atlas, 2001.

MCCARTHY, J.; WRIGHT, P. Technology as Experience. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2004.

MEDEIROS, L. F. de. Inteligência artificial aplicada: uma abordagem introdutória. Curitiba: Editora InterSaberes, 2018.

MEGLIORINI, E.; VALLIN, M. A. Administração Financeira. São Paulo: Pearson 2018.

MENEGHETTI NETO, A. Educação Financeira. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

MOUGAYAR, W. Blockchain para negócios: Promessa, prática e aplicação da nova tecnologia da Internet. 2017.

NESELLO, P; FACHINELLI, A. C. Big Data: O novo desafio para a gestão. Revista Inteligência Competitiva, v. 4, p. 18-38, 2014.

NIELSEN, J. Usabilidade Móvel. 2ª ed. Elsevier, 2013.

O'BRIEN, J. A. Sistemas da informação e as decisões gerenciais na era da Internet. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

OLIVEIRA, E. Contabilidade digital. São Paulo: Editora Atlas, 2014.

PALFREY, J.; GASSER, U. Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives. Basic Books, 2008.

PHAAL, R., FARRUKH, C. PROBERT, D. Technology roadmapping - A planning framework for evolution and revolution. *Technological Forecasting and Social Change*, v. 71, p. 5-26, 2004.

PROVOST, F; FAWCETT, T. *Data Science para Negócios*. Rio Janeiro: Editora Alta Books, 2016.

ROMANO, R. R. *Tecnologia: O futuro do seu negócio passa por aqui*. 3ª. Edição. São Paulo: Posigraf, 2012.

SAFKO, L. *A Bíblia da Mídia Social*. Blucher, 2010.

SALEH, K.; SHUKAIRY, A. *Otimização de conversão – A Arte e a Ciência de converter prospects em clientes*. Novatec, 2019.

SAMANEZ, C. P. *Matemática Financeira: uma aplicação à análise de investimentos*. Editora Pearson/Prentice Hall, 2008.

SAYLOR, M.J. *The Mobile Wave: How Mobile Intelligence Will Change Everything*. Perseus Books/Vanguard Press, 2012.

SCHAHRAM, D. *Smart Cities: The Internet of Things, People and Systems* New York, USA: Springer, 2017.

SCHWAB, K. A. *Quarta Revolução Industrial*. 1ª ed. Edipro: 2015

SCOTT, D. *Marketing e comunicação na era digital*. São Paulo: Évora, 2015.

SIEGEL, E. *Análise preditiva*. 1ª ed. Alta Books: 2017

SINCLAIR, B. *IoT Inc: How your company can use the IoT to win in the outcome economy*. New York, USA: McGraw-Hill Education, 2017.

SMASHING, Magazine. *The Mobile Book*. Smashing Media GmbH, 2012.

STONE, B. *A Loja de Tudo - Jeff Bezos e A Era da Amazon*. Intrínseca, 2014.

SWAN, M. *Blockchain: blueprint for a new economy*. USA: O’Reilly Media, 2015.

TAPSCOTT, D.; TAPSCOTT, A. *Blockchain Revolution*. 1ª ed. SENAI-SP: 2017.

TAPSCOTT, D. *Economia digital: promessa e perigo na era da inteligência em rede* São Paulo: Makron, 2007.

_____ WILLIAMS, A.D. *Wikinomics. Como a colaboração de massa pode mudar o seu negócio*. São Paulo: Nova Fronteira, 2007.

_____ *Macrowikinomics: reiniciando os negócios e o mundo*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

TAURION, C. *Big Data*. Rio Janeiro: Editora Brasport, 2013.

TELLES, A. *A revolução das mídias sociais*. M.Books, 2011.

TORRES, C. *A bíblia do marketing digital*. Novatec, 2018.

TURBAN, E.; MCLEAN, E.; WETHERBE, J. *Information Technology for Management: Transforming Organizations in the Digital Economy*. 7th edition, Wiley, 2009.

TURBAN, E.; VOLONINO, L. *Tecnologia da informação para gestão: em busca do melhor desempenho estratégico e operacional*. 8ª ed. Porto Alegre: Editora Bookman, 2013.

TURCHI, S.R. *Estratégias de Marketing Digital e E-commerce*. 2ª ed. São Paulo: Editora Gen, 2018.

ULRICH, F. *Bitcoin: A moeda na era digital*. São Paulo: Instituto Ludwig Von Mises Brasil, 2014.

VAZ, C. A. *Os 8 Ps do Marketing Digital: O Seu Guia Estratégico de Marketing Digital*. 1ª ed. Novatec, 2011.

WEIL, R. L, SCHIPPER, K, FRANCIS J. *Financial Accounting: An Introduction to Concepts, Methods and Uses*. 14ª ed, 2013.

MBAUSP
ESALQ

Rua Alexandre Herculano, 120, Vila Monteiro
Piracicaba/SP CEP: 13.418-445

queroinfos@pecege.com

+55 19 3377 0937 +55 19 3377 0940

    /mbauspesalq