MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO

SEMINÁRIO PESQUISA E CONHECIMENTO

Código da disciplina	X803		
Tema da disciplina	Seminário Pesquisa e Conhecimento		
Carga horária	30 h/a	**Número de créditos**	2 créditos
Tipo de componente	(X) Disciplina	( ) Tópicos especiais	( ) Seminário
Ementa	Apresentação do Mestrado Profissional em Administração e introdução à produção do conhecimento científico e aplicado. Discussão sobre a natureza do conhecimento, diferentes perspectivas epistemológicas e suas implicações para a pesquisa em Administração. Formulação de problemas, perguntas e objetivos de pesquisa; construção de argumentos e contribuições teóricas e práticas; escolhas metodológicas; ética, rigor, transparência e comunicação científica. Articulação entre experiência profissional, evidências e transformação organizacional.		
Objetivos	1. Conhecer a identidade, a finalidade, a estrutura e as expectativas formativas do Mestrado Profissional em Administração. 2. Distinguir conhecimentos científico, profissional, experiencial, tácito e organizacional, reconhecendo suas relações na geração de conhecimento em Administração. 3. Compreender como problemas, perguntas, objetivos, teorias, evidências e inferências se articulam na construção de uma pesquisa. 4. Desenvolver a capacidade de formular um problema de pesquisa relevante, delimitado e conectado a desafios organizacionais e sociais. 5. Reconhecer possibilidades de contribuição teórica, metodológica e prática, bem como critérios de rigor, ética, transparência e integridade científica. 6. Elaborar uma ideia inicial de pesquisa alinhada ao percurso formativo do mestrado e às demandas do contexto profissional.		
Conteúdo programático	1. O Mestrado Profissional em Administração: identidade, finalidade, competências e resultados esperados. 2. Conhecimento e realidade: senso comum, conhecimento científico, profissional, tácito e organizacional. 3. Epistemologia, paradigmas e perspectivas de investigação em Administração. 4. Como o conhecimento é gerado: problema, pergunta, objetivos, teoria, evidências e inferência.		

@uniforcomunica

	5. Da prática ao problema de pesquisa: relevância, lacuna, contexto, delimitação e contribuição. 6. Desenhos de pesquisa: abordagens qualitativa, quantitativa e de métodos mistos. 7. Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: escolhas metodológicas, reflexividade e rigor. 8. Construção de teoria e contribuição teórica a partir de evidências empíricas. 9. Rigor, validade, credibilidade, confiabilidade, rastreabilidade, transparência e reprodutibilidade. 10. Ética, integridade, autoria, uso responsável de dados e de ferramentas de inteligência artificial na pesquisa. 11. Argumentação, escrita acadêmica, comunicação científica e relação entre conhecimento e ação profissional. 12. Oficina de ideias de pesquisa: apresentação, crítica construtiva e aperfeiçoamento de problemas e projetos iniciais.
Metodologia	Aulas expositivas dialogadas, leitura orientada de livros e artigos, debates baseados em questões-problema, seminários conduzidos pelos mestrandos, análise de exemplos de pesquisas em Administração e oficinas de formulação de problemas, perguntas e objetivos. Serão utilizados mapas conceituais, fichamentos e atividades de avaliação por pares para relacionar experiência profissional, evidências e literatura. Ao final, cada mestrando apresentará uma ideia inicial de pesquisa contendo problema, pergunta, objetivo, justificativa, possível contribuição e indicação preliminar de abordagem metodológica.
Avaliação	1. Participação qualificada, preparação das leituras e contribuição nos debates. 20%. 2. Fichamentos e reflexão crítica sobre um texto da bibliografia. 20%. 3. Seminário em grupo sobre geração de conhecimento, escolha metodológica ou contribuição teórica. 20%. 4. Projeto inicial de pesquisa e apresentação oral, com problema, pergunta, objetivo, justificativa e abordagem metodológica. 40%.
Bibliografia	BOOTH, Wayne C.; COLOMB, Gregory G.; WILLIAMS, Joseph M.; BIZUP, Joseph; FITZGERALD, William T. The Craft of Research. 5. ed. Chicago: University of Chicago Press, 2024. ISBN 9780226826677. Disponível em: https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/C/bo215874008.html. CRESWELL, John W.; CRESWELL, J. David. Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. 6. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2022. ISBN 9781071817940. Disponível em: https://collegepublishing.sagepub.com/products/research-design-6-270550. FIŠAR, Miloš; GREINER, Ben; HUBER, Christoph; KATOK, Elena; OZKES, Ali I.; MANAGEMENT SCIENCE REPRODUCIBILITY COLLABORATION. Reproducibility in Management Science. Management Science, v. 70, n. 3, p. 1343–1356, 2024. DOI: https://doi.org/10.1287/mnsc.2023.03556. ROUSE, Elizabeth; REINECKE, Juliane; RAVASI, Davide; LANGLEY, Ann; GRIMES, Matthew; GRUBER, Marc. Making a Theoretical Contribution with Qualitative Research. Academy of Management Journal, v. 68, n. 2, p. 257–266, 2025. DOI: https://doi.org/10.5465/amj.2025.4002.

unifor.br

	SAUNDERS, Mark N. K.; LEWIS, Philip; THORNHILL, Adrian. Research Methods for Business Students. 9. ed. Harlow: Pearson Education Limited, 2023. ISBN 9781292402727. Disponível em: https://www.pearson.com/en-gb/subject-catalog/p/research-methods-for-business-students/P200000010080/9781292741581. SILVA, José Kennedy Lopes; ANJO, José Edemir da Silva. Pesquisa qualitativa nos estudos organizacionais (EOR): reflexões sobre as escolhas e estratégias metodológicas. Revista Gestão & Conexões, v. 13, n. 3, p. 225–246, 2024. DOI: https://doi.org/10.47456/regec.2317-5087.2024.13.3.43679.225.246.

@uniforcomunica