**DEPARTAMENTO : ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO E OPERAÇÕES (POI)**

**CURSO : MESTRADO-DOUTORADO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS (CM-CDAE)**

**DISCIPLINA : ESTRATÉGIA DE OPERAÇÕES - MANUFATURA E SERVIÇOS**

**PROFESSOR : ELY LAUREANO PAIVA**

**PERÍODO : TARDE**

# **SEMESTRE: 1/2013**

**PROGRAMA**

OBJETIVOs DO CURSO

Desenvolver pesquisadores e estudiosos da área de gestão de produção e operações nos conceitos principais da estratégia de operações, tanto de manufatura como de serviço. A área de estratégia de operações tem como objeto de estudo os métodos descritivos, analíticos e prescritivos que podem ser usados para garantir que a função e os processos referentes à produção de produtos (sejam eles tangíveis e intangíveis) deem sua máxima contribuição ao desempenho e consequentemente, à competitividade da organização, provendo a necessária inserção da função de operações no processo estratégico corporativo. Conceitos contemporâneos como focalização operacional, competências e sustentabilidade serão analisados e discutidos quanto às suas implicações gerenciais e teóricas. As visões dos principais autores da área serão analisadas e discutidas, fornecendo aos participantes conteúdo que representa o estado da arte na área.

CONTEÚDO

1. **Introdução à estratégia de operações**

Evolução histórica da estratégia de operações

Conceitos básicos e artigos clássicos

Papel das operações na estratégia geral do negócio

1. **Objetivos, suas inter-relações e medidas de desempenho das operações**

Objetivos competitivos das operações

Trade-offs

1. **Estratégias de operações e desempenho**
2. **Competências e Operações**

Competências Cumulativas

Integração Estratégica

1. **Operações de Serviços**

Importância dos Serviços

Recuperação dos Serviços.

Integração produtos e serviços

1. **Gestão do Desenvolvimento de Produtos e Processos**

Simultaneidade no desenvolvimento

Organização e tecnologia

Projetos complexos

1. **Integração entre Produção e Marketing**

Por que trabalhar em conjunto

Impacto no desempenho

1. **Novas Tecnologias e Operações**

Comércio eletrônico

Avaliação de Percepções de serviços

1. **Estratégia de Operações e Competição Internacional**

Manufatura Local e economia Global

Estágios de Internacionalização

1. **Visão Baseada em Recursos**

A Visão Baseada em Recursos e Estratégia de Manufatura

Desempenho de Manufatura sob a Ótica da Visão Baseada em Recursos

1. **Operações Sustentáveis**

Tópicos Ambientais na Manufatura

Impacto da Colaboração na Cadeia de Suprimento

METODOLOGIA

Aulas expositivas, seminários e estudos de caso.

CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO

Avaliação final (texto produzido ao longo do curso) 40%

Participação em seminários e resenhas solicitadas 30%

Exame Final 30%

AVALIAÇÃO FINAL

Será requerido dos participantes que produzam e apresentem um artigo ou ensaio teórico com nível de qualidade compatível com à necessária para submissão em periódico científico da área.

**Espera-se que um aluno de Mestrado/Doutorado:**

* leia detalhadamente todo o material solicitado para a aula.
* para cada seminário os alunos, responsáveis deverão buscar um terceiro artigo nacional ou internacional sobre o tema de periódicos A1 até B1.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | |  | **Conteúdo** | | ***Textos******Leitura obrigatória*** | **Leitura Complementar** |
|  | |  | Introdução à Estratégia de Operações | | *Introdução ao tema e discussão da disciplina.* | PAIVA, E. L., CARVALHO JR., J.M. e FENSTERSEIFER, J.E., Estratégia de Produção e de Operações, Porto Alegre: Ed. Bookman, 2009.  MEREDITH, J.,, et al.., Knowledge dissemination in operations management, Omega, 39 (4), p. 435-446, 2011. |
|  | |  | Os Clássicos | | *WHEELWRIGHT, S.C. (1984). Manufacturing strategy: Defining the missing link. Strategic Management Journal, 5(1), 77-91.*  *SKINNER, W. (1969). Manufacturing – The missing link in corporate strategy. Harvard Business Review, 47 (3), 136-145.*  *FERDOWS, K., e DEMEYER, A., Lasting Improvements in Manufacturing Performance, Journal of Operations Management, v. 9, no. 2, 1990.* |  |
|  | |  | Estratégia de Operações e Critérios Competitivos | | *ZHANG, Q.; VONDEREMBSE, M. A.; LIM, J.-S. Manufacturing flexibility: Defining and analyzing relationships among competence, capability, and customer satisfaction. Journal of Operations Management, v.21, n.2, p.173–191, 2003.*  *ROSENZWEIG, E.D.; EASTON, G. S. Tradeoffs in Manufacturing? A Meta-Analysis and critique of the literature. Production and Operations Management. v.19, n.2, march-april, p.127-141, 2010.* |  |
|  | |  | Estratégia de Operações e Desempenho | | *SWINK, M., NARASIMHAN, R. WANG, C., Managing beyond the factory walls: Effects of four types of strategic integration on manufacturing plant performance, Journal of Operations Management, Volume 25, Issue 1, January 2007, Pages 148-164.*  *JOSHI, MAHESHKUMAR P; KATHURIA, RAVI; PORTH STEPHEN J. Alignment of strategic priorities and performance: an integration of operations and strategic management perspectives Journal of Operations Management, Volume 21, Issue 3, May 2003, Pages 353-369.* |  |
| **Aula** | |  | | **Conteúdo** | ***Textos******Leitura obrigatória*** | | **Leitura Complementar** |
| **5** | |  | | Competências e Operações | *WU, S. J.; MELNYK, S. A.; FLYNN, B. B. Operational capabilities: A secret ingredient. Decision Sciences, v.41, n.4, p. 721-754, 2010.*  *SWINK, M.; NARASIMHAN, R.; KIM, S. W. Manufacturing practices and strategy integration: Effects on cost efficiency, flexibility, and market-based performance. Decision Sciences, v.36, n.3, p.427–457, 2005.* | |  |
| **6** | |  | | Operações de Serviços | *CHASE, R.B, APTE, U. M., A history of research in service operations: What’s the big idea? Journal of Operations Management, 25, pp. 375–386, 2007.*  *ZHAO,X., YEUNG,A.C.L. e LEE,T.S., Quality management and organizational context in selected service industries of China, Journal of Operations Management, Vol.22, 2004, pages 575-587.* | |  |
| **7** | |  | | Operações de Serviços | *MILLER, J.L., C.W. CRAIGHEAD, C.W., KARWAN, K.R., Service recovery: a framework and empirical investigation, Journal of Operations Management, Vol. 18, No. 4, 2000.*  *VOSS, C., ROTH, A., CHASE, R.B., Experience, Service Operations Strategy, and services as Destinations: Foundations and Exploratory Investigation, Production and Operations Management, Vol. 17, Number 3, 2008, pages 247-266.* | |  |
| **8** | |  | | Integração entre Produção e Marketing | *PAIVA, E.L., Manufacturing and marketing integration from a cumulative capabilities perspective, International Journal of Production Economics, Vol. 126, No, 2, 2010.*  *O’LEARY-KELLY, S., FLORES, B., The integration of manufacturing and marketing/sales decision: impact on organization performance. Journal of Operations Management, 20, 2002, 221-240.* | |  |
| **Aula** | |  | | **Conteúdo** | ***Textos******Leitura obrigatória*** | | **Leitura Complementar** |
| **9** | |  | | Gestão de Desenvolvi-mento de Produtos e Processos | *SWINK, M., TALLURI, S. e PANDEJPONG, T., Faster, better, cheaper: A study of NPD project efficiency and performance tradeoffs, Journal of Operations Management, Volume 24, Issue 5, 2006.* *MENOR, L. J. e ROTH, A. V., New service development competence in retail banking: Construct development and measurement validation. Journal of Operations Management, Volume 25, Issue 4, June 2007.* | |  |
| **10** | |  | | Competências Cumulativas | *FLYNN, B. B. e FLYNN, E. J., An exploratory study of the nature of cumulative capabilities, Journal of Operations Management, Volume 22, Issue 5, October 2004.*  *SCHROEDER, R.G. SHAH, R. AND PENG, D.X. The cumulative capability ‘sand cone’ model revisited: a new perspective for manufacturing strategy. International Journal of Production Research, vol.49, n°15-17, 2011.* | |  |
| **11** | |  | | Novas Tecnologias e Operações | *BOYER, K.K., HALLOWELL, R. e ROTH, A. E-services: operating strategy - a case study and a method for analyzing operational benefits, Journal of Operations Management, Vol. 20, No.2, 2002.*  *FROEHLE, C. e ROTH, A., New measurements scales for evaluating perceptions of the technology-mediated customer service experience, Journal of Operations Management, Vol. 22, N.1, 2004.* | |  |
| **12** | |  | | Estratégia de Operações e Competição Internacio-nal | *NASSIMBENI, G., Local manufacturing systems and global economy: are they compatible?: The case of the Italian eyewear district, Journal of Operations Management, Volume 21, Issue 2, March 2003, Pages 151-171*  *PAIVA, E.L. e HEXSEL, A., Internacionalização de empresas: uma contribuição da área de Operações envolvendo estágios de internacionalização, Revista de Administração Contemporânea, v. 9, n. 4, p. 73-95, 2005.* | |  |
| **Aula** | |  | | **Conteúdo** | ***Textos******Leitura obrigatória*** | |  |
| **13** | |  | | Visão Baseada em Recursos | *PAIVA, E. L.; ROTH, A. e FENSTERSEIFER, J., Organizational Knowledge and Manufacturing Strategy: A Resource-based View. Journal of Operations Management, 2008.*  *SCHOEREDER, R.G., K.A. BATES e JUNTILLA, M.M. A Resource-Based View of Manufacturing Strategy and the Relationship to Manufacturing Performance. Strategic Management Journal, 23, 2002, 105-117.* | |  |
| **14** | |  | | Operações Sustentáveis | *KLEINDORFER, P.R.; SINGHAL, K.; VAN WASSENHOVE, L.N. Sustainable operations management. Production and Operations Management, v.14, n.4, p.482–92, 2005.**KLASSEN, R. D. e VACHON, S.,**Collaboration and evaluation in the supply chain: the impact on plant-level environmental investment, Production And Operations Management, Vol. 12, No. 3, 2003* | |  |
| **15** | |  | | Novos Temas | *A Definir.* *CRAIGHEAD, C. W.; MEREDITH, J. Operations management research: evolution and alternative future paths. International Journal of Operations & Production Management, v.28, n.8, p. 710-726, 2008.* | |  |
| **16** | |  | | EXAME |  | |  |