



## CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

Reconhecimento: DOU Nº 241, 18 de dezembro de 2017, Seção I, Página 69 – 70 / Portaria 1.340, de 15 de dezembro de 2017  
Renovação de reconhecimento de curso DOU - Portaria Nº 209, de 25 de junho de 2020

### PLANO DE ENSINO

Semestre Letivo	2021/1
Disciplina	Estratégia Empresarial
Pré-requisito	Não há
Período	7º
Turno	Noturno
Carga Horária Total (atividades de Aprendizagem Teóricas/Práticas)	60h
Carga Horária Presencial da disciplina	
Carga Horária em Atividades de Aprendizagem Orientadas	60h/a em regime de APNP, conforme Resolução CS 01/2020
Carga Horária Semanal	4h/a
Professor(a)	Andrea Maria de Quadros
E-mail	<a href="mailto:andrea.quadros@ifes.edu.br">andrea.quadros@ifes.edu.br</a>
Curriculum Lattes	<a href="http://lattes.cnpq.br/9848667689249943">http://lattes.cnpq.br/9848667689249943</a>

#### Ementa

Administração estratégica. Evolução do Pensamento Estratégico: escolas da Estratégia. Planejamento Estratégico. Modelos de análise: matriz BCG, matriz SWOT, forças competitivas, cenários, análise conjuntural, análise de concorrentes, análise do ciclo de vida da organização, processos de criação de valor. Estratégias competitivas e genéricas. Estratégias de mercado e combinação de estratégias. Estratégias baseadas na Inovação e no Conhecimento. Modelos de Gestão.

#### Objetivos

##### OBJETIVO GERAL:

- Compreender o desenvolvimento e implementação das estratégias empresariais, em função das restrições e possibilidades determinadas pelo ambiente empresarial e pela concorrência, visando elaborar estratégias adequadas aos diversos contextos empresariais e competitivos.

##### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar as origens da estratégia e as escolas competitivas utilizadas no ambiente corporativo.
- Analisar as matrizes utilizadas nos Planejamentos Estratégicos com criticidade e aplicação prática nas empresas;
- Identificar as principais características das estratégias de mercado;
- Identificar os possíveis cruzamentos de estratégias de mercado para desenvolver e aproveitar oportunidades de inovação e criação de valor;
- Discutir os comportamentos estratégicos nas tomadas de decisão que envolvam a gestão de riscos;
- Identificar as características dos modelos de gestão e entender como se planeja as estratégias de mercado, a partir do *core business* das empresas.

Conteúdos	Carga Horária
<p><b>Unidade I - Administração Estratégica</b></p> <p>1.1. Origem, Evolução e Definição de Estratégia</p> <p>1.2. Escolas Estratégicas: as escolas prescritivas e as escolas descritivas</p> <p>1.3. Tipologia e Classificação de Estratégias</p>	<b>15 horas</b>
<p><b>Unidade II - Planejamento Estratégico</b></p> <p>2.1. Planejamento Estratégico: planejamento corporativo, de unidades de negócios e planos táticos</p> <p>2.2. Modelos de Análise</p> <p>2.2.1. Análise da Matriz BCG</p> <p>2.2.2. Análise da Matriz SWOT</p> <p style="padding-left: 20px;">2.2.2.1. Análise do Ambiente Interno: Pontos Fortes e Pontos Fracos (recursos, objetivos, estrutura e cultura organizacional)</p> <p style="padding-left: 20px;">2.2.2.2. Análise do Ambiente Externo: Oportunidades e Ameaças (concorrentes, cenários, consumidores)</p> <p>2.2.3. Cadeia de valor e o Modelo das Cinco Forças de Porter</p>	<b>20 horas</b>
<p><b>Unidade de Ensino III - Estratégias de mercado</b></p> <p>3.1. Estratégias competitivas e genéricas</p> <p>3.2. Estratégias de crescimento de mercado e combinação de estratégias (Matriz Ansoff)</p> <p>3.3. Estratégia do Oceano Azul, Oceano Vermelho e Abordagens das empresas líderes</p> <p>3.4. Estratégias para o ciclo de vida dos produtos</p> <p>3.5. Estratégias baseadas na Inovação e no Conhecimento</p>	<b>20 horas</b>
<p><b>Unidade IV – Modelos de Gestão</b></p> <p>4.1. Tendências atuais e oportunidades de Inovação (<i>scale-ups, spin-offs, start-ups</i>)</p>	<b>5 horas</b>

### Estratégias de Aprendizagem

Aulas expositivas (síncronas e assíncronas); Estratégias via Moodle (AVA): Trabalho em Grupo; debates; Estudos de caso; Análise Textual; Dinâmicas de Grupo; Fóruns, questionários on-line.

### Recursos Metodológicos

Recursos materiais utilizados na aplicação das estratégias de aprendizagem: Computador; internet, slides, vídeos.

### Avaliação

O semestre vale 100 pontos. Serão realizadas três atividades formais de avaliação por semestre, com valores somatórios, observando-se a seguinte distribuição:

Atividades Avaliativas:

1. Unidade I – Trabalho em grupo e participações em fóruns - valor: 20,0 pontos
2. Unidade II – Mapa estratégico: seminário - valor: 30,0 pontos
3. Unidade III – Estudo de caso: estratégia empresarial - valor: 30,0 pontos
4. Prova – valor: 20,0 pontos

Para efeitos de aprovação e reprovação, em consonância com o Regulamento da Organização Didática (ROD), dos Cursos de Graduação do Ifes, no Art. 81 (Título IV – Da Avaliação Escolar; Seção III - Da Verificação do Rendimento Escolar, da Dependência e da Promoção (Art. 81 ao Art. 85):

§1º Estará aprovado no componente curricular o aluno que obtiver nota semestral maior ou igual a 60 (sessenta) pontos e frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento).

§2º Será obrigatoriamente submetido ao instrumento final de avaliação o aluno que obtiver nota inferior a 60 (sessenta) pontos e frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento).

§3º Será considerado aprovado no componente curricular o aluno que obtiver nota final igual ou superior a 60 (sessenta) pontos, resultante da média aritmética entre a nota semestral das avaliações parciais e a nota do exame final.

§4º Estará retido no componente curricular o aluno que obtiver nota semestral inferior a 60 (sessenta) pontos, como resultado da média aritmética entre a nota semestral e o exame final.

### Ações Pedagógicas Adequadas às Necessidades Específicas

Não há alunos atendidos pelo NAPNE matriculados nesta turma.

### Atividades Online

TIPO (S)	METODOLOGIA(S) DE UTILIZAÇÃO	ATIVIDADE(S)	CARGA HORÁRIA
Atividade 1 -	APNP (Atividades Pedagógicas Não Presenciais)	Trabalho em grupo e participações em fóruns Valor: 10,0 pontos	10h
Atividade 2 -	APNP (Atividades Pedagógicas Não Presenciais)	Trabalho em grupo e participações em fóruns Valor: 10,0 pontos	5h
Atividade 3 -	APNP (Atividades Pedagógicas Não Presenciais)	Mapa estratégico: seminário (planejamento) Valor: 20,0 pontos	15h
Atividade 4 -	APNP (Atividades Pedagógicas Não Presenciais)	Mapa estratégico: seminário (apresentação) Valor: 10,0 pontos	5h
Atividade 5 -	APNP (Atividades Pedagógicas Não Presenciais)	Estudo de caso: estratégia empresarial (planejamento) Valor: 20,0 pontos	15h
Atividade 6 -	APNP (Atividades Pedagógicas Não Presenciais)	Estudo de caso: estratégia empresarial seminário (apresentação) Valor: 10,0 pontos	5h
Atividade 7 -	APNP (Atividades Pedagógicas Não Presenciais)	Prova da disciplina Valor: 20,0 pontos	5h

### Bibliografia Básica

1. CAVALCANTI, Marly (org.). Gestão estratégica de negócios: evolução, cenários, diagnóstico e ação. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2007.
2. CERTO, Samuel C.; PETER, J. P. Administração estratégica: planejamento e implantação de estratégias. 3. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.

3. PORTER, Michael E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

#### **Bibliografia Complementar**

1. BESANKO, David. et al. A Economia da Estratégia. 5.ed. São Paulo: Bookman, 2012.
2. FERNANDES, Bruno H. R; BERTON, Luiz H. Administração estratégica: da competência empreendedora à avaliação de desempenho. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.
3. FERRELL, O. C; HARTLINE, Michael D. Estratégia de marketing. 4.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
4. FLEURY, Maria Tereza; OLIVEIRA Jr., Moacir. Gestão estratégica do conhecimento: integrando aprendizagem, conhecimento e competências. São Paulo: Atlas, 2001.
5. GHEMAWAT, P. A estratégia e o cenário dos negócios: textos e casos. 3.ed. São Paulo: Bookman, 2012.
6. KAPLAN, Robert. Organização orientada para a estratégia: como as empresas que adotam a Balanced scorecard e prosperam no novo ambiente de negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
7. MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
8. OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. 31. ed. São Paulo: Atlas, 2013.
9. \_\_\_\_\_ . Estratégia empresarial e vantagem competitiva. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2012.