



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO

PLANO DE ENSINO

Identificação

Disciplina: Planejamento e Estratégia Empresarial I

Curso: ADMINISTRAÇÃO - NOTURNO/CAMPUS CUIABÁ

Nível: Graduação

Código: 20526471 Período: 20202 Turma: HO

Unidade Ofertante: Faculdade de Administração e Ciências Contábeis

Carga Horária Teórica: 64 horas Carga Horária Prática: 0 horas Carga Horária Campo: 0 horas Carga Horária Total: 64 horas

Tipo de Disciplina: OBRIGATÓRIO

Professor(a)(s):

- ALINE CRESPO DOS REIS NETO

Status: Homologado

Ementa

Planejamento: conceitos, evolução histórica e princípios. Tipos de planejamento: estratégico, tático e operacional. Sistemas e variáveis ambientais. Metodologia do planejamento estratégico e empresarial. Diagnóstico da organização. Análise SWOT (Ameaças, Oportunidades, Pontos Fortes e Ameaças). Missão, Visão e Valores.

Justificativa

O processo de administração estratégica busca obter competitividade estratégica e retornos acima da média. A competitividade estratégica tem sido obtida quando uma empresa desenvolve e aprende como implantar uma estratégia que cria valor. Dessa maneira, identifica-se a necessidade do acadêmico do curso de administração compreender o processo de planejamento estratégico que é composto de técnicas que auxiliam as organizações a interpretar a realidade ambiental, fomentando uma base para a mudança cultural e para a absorção da administração estratégica.

Devido à pandemia, a Resolução Consepe n. 87, de 17 de dezembro de 2020 dispõe sobre a flexibilização de componentes curriculares. Está em consonância com os artigos 1º; 2º, 4º Inciso I Metodologia - Artigo 4º Inciso II Avaliação - Artigos 5º e 6º. Assim, o componente será ofertado de modo remoto, a distância.

Objetivo Geral

Compreender o processo de planejamento estratégico e suas técnicas no auxílio as organizações na interpretação da realidade ambiental.

Objetivos Específicos

Unidade I - Apresentar e discutir os conceitos, a evolução histórica e os princípios da administração estratégica e metodologia do planejamento estratégico.

Unidade II - Compreender e elaborar a Missão, Visão e Valores de uma organização. Apresentar o modelo de negócio. Criar uma empresa - gerar a ideia (produto, processo ou serviço), desenvolver e simular sua comercialização.

Unidade III - Entender os sistemas e variáveis ambientais externo (O/I) e interno (VBR) e (Análise SWOT)

Unidade IV - Compreender os conceitos e processos de Governança Corporativa

Unidade V - Compreender os conceitos e processos de Liderança Estratégica

Unidade VI - Compreender os conceitos e processos de Empreendedorismo Estratégico

Conteúdo Programático

Tópico / Subtópico

🔗 Unidade I - Administração estratégica, planejamento estratégico e competitividade estratégica (Capítulo I - Livro Hitt; Ireland e Hoskisson, 2011)

1.1 Conceitos, evolução histórica e princípios;

1.2 Cenário competitivo e economia globalizada.

Unidade II - Sistemas e variáveis ambientais externo e interno (Análise SWOT) - (Capítulo II e III - Livro Hitt; Ireland e Hoskisson, 2011)

2.1 - Modelo da Organização Industrial (I/O) ambiente externo, oportunidades e ameaças;

2.2 - Modelo da Visão Baseada em Recursos (VBR) ambiente interno, pontos fortes e fracos;

2.3 - Competências essenciais e Capacidades dinâmicas

Unidade III - Metodologia de planejamento estratégico

3.1 - Tipos de planejamento. Ferramentas CANVAS; SWOT.

Unidade IV - Governança Corporativa e Liderança Estratégica - (Capítulo X - Livro Hitt; Ireland e Hoskisson, 2011)

4.1 Separação entre Propriedade e Controle Administrativo;

4.2 Concentração da Propriedade;

4.3 Conselho Diretor;

4.4 Remuneração Executiva;

4.5 O Mercado para Controle Corporativo;

4.6 Governança Corporativa Internacional;

4.7 Mecanismos de Governança e Comportamento Ético.

Unidade V - Liderança Estratégica - (Capítulo XII - Livro Hitt; Ireland e Hoskisson, 2011)

5.1 Liderança Estratégica e Estilo;

5.2 O Papel dos Altos Executivos;

5.3 Sucessão Gerencial

Unidade VI - Atividade: Criação de uma empresa

6.1 Geração, desenvolvimento e comercialização da ideia (produto, processo ou serviço).

6.2 Visão, Missão, Valores, competências essenciais;

6.3 Apresentar o modelo de negócio em forma de Sumário Executivo;

6.4 Seminário.

Metodologia

Exposição oral e escrita; leitura de textos complementares e livros; debates sobre temas relevantes; Seminários, Estudo de Casos, Internet, biblioteca virtual, notas de aulas, filmes e vídeos.

Devido à pandemia, a Resolução Consepe n. 87, de 17 de dezembro de 2020 dispõe sobre a flexibilização de componentes curriculares. Está em consonância com os artigos 1º; 2º, 4º Inciso I Metodologia - Artigo 4º Inciso II Avaliação - Artigos 5º e 6º. Assim, o componente será ofertado de modo remoto, a distância.

Avaliação

AValiação: Somatório simples de todas as notas no AVA

N1 = avaliação 01 - Individual - Peso 10

N2 = avaliação 02 - Individual - Peso 10

N3 = avaliação 03 - Entrega e Apresentação do Sumário Executivo Criação de Negócio. Peso 10.

Somatório simples: $N1 + N2 + N3 / 3 = Média simples$

Obs: Trabalho em no máximo 5 membros - Criação de uma empresa - Plano estratégico empresarial; As orientações sobre o trabalho serão especificadas durante o desenvolvimento das aulas.

Devido à pandemia, a Resolução Consepe n. 87, de 17 de dezembro de 2020 dispõe sobre a flexibilização de componentes curriculares. Está em consonância com os artigos 1º; 2º, 4º Inciso I Metodologia - Artigo 4º Inciso II Avaliação - Artigos 5º e 6º. Assim, o componente será ofertado de modo remoto, a distância.

Bibliografia

Básica

Referência	Existe na Biblioteca
HITT, M. A. Administração estratégica: competitividade e globalização. Michael A. Hitt; R. Duane Ireland; Robert E. Hoskisson. São Paulo: Cengage Learning, 2008.	✓
PEREIRA, M. F. Planejamento estratégico: teorias, modelos e processos. São Paulo, Atlas, 2010.	✓

Referência	Existe na Biblioteca
CERTO, S. C. Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia / Samuel C. Certo, J. Paul Peter, Reynaldo Cavalheiro Marcondes, Ana Maria Roux Cesar. - 2. ed. - São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2005.	✓

Complementar

Referência	Existe na Biblioteca
MAXIMIANO, A C A. Teoria Geral da Administração: da revolução urbana à revolução digital. 6ª Ed. São Paulo : Atlas, 2006.	✓
MEGGINSON et al. Administração: conceitos e aplicações . 4. ed. São Paulo : Harbra, 1998.	✓
CHIAVENATO, I. Princípios da Administração: o essencial em Teoria Geral da Administração. Rio de Janeiro : Elsevier, 2006.	✓
CARAVANTES et. al. G R. Administração: Teorias e processos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.	✓
PORTER, M., Estratégia Competitiva-Técnicas para análise de indústrias e da concorrência. São Paulo:Editora Campus, Ltda., trad. 1986.	✓
BIAGIO, L. A. Plano de negócios - estratégia para micro e pequenas empresas. Luiz Arnaldo Biagio, Antonio Batochio. - Barueri, SP: Manole, 2005.	✓
ALMEIDA, M. I. Manual do P.E. São Paulo : Atlas, 2003	✓

Informações Adicionais

Projeto da disciplina - Criação de empresa e plano estratégico - 2020-2

Os alunos irão desenvolver um negócio e plano estratégico em até 5 componentes com base nas discussões das aulas orientadas pelo professor e apresentar no final do semestre plano estratégico em seminário com apresentação dos resultados.

Aprovação

Aprovado em reunião do Colegiado do Curso realizada em ____/____/____.

_____, ____/____/____.

Coordenador(a) do Curso