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: 20182 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):

- **EDSON RODRIGUES DE ARO**

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.

Objetivo Geral

Compreender o processo de planejamento estratégico e suas técnicas no auxilio 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

Conteudo Programático

Tópico / Subtópico

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 - 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, Leitura de artigos e Pesquisa de campo. Visita técnica.
Internet, biblioteca, notas de aulas, filmes e vídeos.

Avaliação

9) AVALIAÇÃO:
N1 = avaliação 01 - Individual – Peso 10
N2 = avaliação 02 - Desenvolvimento de atividades - em trio (criação do negócio) e/ou individual para as demais atividades durante o semestre – Peso 10.
N3 = avaliação 03 - Individual – Peso 10
N4 = avaliação 4 – Entrega do Sumário Executivo Criação de Negócio.
N5 = avaliação 5 - Apresentação do resultado Criação de Negócio em Seminário – Critérios: (Tempo de apresentação 10 minutos (2,5 pontos), organização da apresentação (2,5 pontos), clareza do conteúdo (2,5 pontos) e postura (2,5 pontos), total 10 pontos. Todas as atividades serão postadas no (AVA).

Somatório simples: N1 (AV1) + N2 (são várias atividades – conteúdo da disciplina e criação do negócio com peso 10) + N3 (AV3) + N4 (entrega sumário executivo Criação de Negócio) + N5 (Seminário) / 5 = Média Final
Obs: Trabalho em trio (até três alunos) – Criação de uma empresa - Plano de Negócio Inicial – Peso 10.
As orientações sobre o trabalho serão especificadas durante o desenvolvimento das aulas.

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.	✓
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 - 2018-2
Os alunos irão desenvolver um negócio em até 5 componentes com base nas discussões das aulas orientadas pelo professor e apresentar no final do semestre sumário executivo e seminário com apresentação dos resultados.

Aprovação

Aprovado em reunião do Colegiado do Curso realizada em ___/___/_____.

_____,___/___/_____.

_____
Coordenador(a) do Curso