

PLANO DE ENSINO
2015-1

Estratégia Corporativa	
Módulo B	Carga Horária: 50 h
Ementa da disciplina:	Compreensão do conceito de Planejamento Estratégico. Estudo do papel estratégico da gestão financeira para a competitividade das empresas. Discussão e aplicação do Planejamento Estratégico nas Organizações.
Conteúdo Programático:	<ol style="list-style-type: none"> 1. CONTEXTUALIZAÇÃO DO AMBIENTE EMPRESARIAL <ul style="list-style-type: none"> • O novo ambiente empresarial e sua transição histórica • A nova conjuntura econômica, social, mercadológica e política • A Produtividade no âmbito administrativo • Qualidade: a melhoria contínua • Mudanças e a capacidade de resposta da organização • Contribuições das Oportunidades e Ameaças <ul style="list-style-type: none"> . Visão da Empresa . Tendências e Gestão Estratégica • O ambiente interno: forças e fraquezas <ul style="list-style-type: none"> . Missão da Empresa . Trabalho e Colaboração 2. DA IMPORTÂNCIA DA ESTRATÉGIA NAS ORGANIZAÇÕES <ul style="list-style-type: none"> • Conceitos Básicos • Evolução da Estratégia Empresarial • Utilização de estratégias pelas empresas • Características básicas do executivo estrategista 3. TIPOS DE ESTRATÉGIAS <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Estratégias Empresariais <ul style="list-style-type: none"> • Visão Geral • Estratégia de sobrevivência: de redução de custos e dedesinvestimento • Estratégia de Manutenção: de estabilidade, de especialização, de nicho • Estratégia de Crescimento: de expansão, de diversificação, de integração vertical, de globalização, de internacionalização, de parcerias e alianças estratégicas • Estratégia de Desenvolvimento: de mercado, de produtos ou serviços • Estratégia de Diversificação: concêntrica, conglomerada, mista 4. ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Determinantes estruturais da Intensidade da Concorrência (As 5 Forças de M.Porter) 4.2 Estratégias Competitivas Genéricas <ul style="list-style-type: none"> • Liderança no Custo Total • Diferenciação • Enfoque 4.3 Entrada de Novos Negócios <ul style="list-style-type: none"> • Estratégias de Inovação 5. METODOLOGIA DE ESTABELECIMENTO E IMPLEMENTAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS NAS EMPRESAS <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Do planejamento: conceituação e princípios 5.2 Tipos de Planejamento: estratégico, tático e operacional 5.2 Etapas do processo de estabelecimento, implementação, avaliação. e acompanhamento das estratégias nas empresas. 5.3 Interligações das estratégias empresariais com outras questões estratégicas da empresa 5.4 Interligação das estratégias empresariais com os projetos e planos de ação da empresa

	<p>5.5 Interligação das estratégias empresariais com outros instrumentos Administrativos</p> <p>6. CONTROLE E AVALIAÇÃO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO</p> <p>6.1 Introdução e finalidades da função controle e avaliação</p> <p>6.2 Informações necessárias ao controle e avaliação</p> <p>6.3 Fases do processo de controle e avaliação</p> <p>6.4 Verificação de consistência do planejamento estratégico</p> <p>6.5 Resistências ao processo de controle e avaliação</p>
Referências Básicas:	<p>OLIVEIRA, Djalma Pinho Rebouças de. <i>Estratégia empresarial e vantagem competitiva: como estabelecer, implementar e avaliar</i>. 5ª ed. São Paulo. Atlas, 2007.</p> <p>KIM, W.Chan; MAUBORGNE, Renée. <i>A Estratégia do oceano azul: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante</i>. São Paulo, Elsevier, 2005.</p> <p>GRACIOSO, Francisco. <i>Marketing estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado</i>. São Paulo: Atlas, 2012.</p> <p>JOHNSON, Garry; SCHOLES, Kevan; WHITTINGTON, Richard. <i>Explorando a Estratégia Corporativa: Texto e Casos</i>. Bookman. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=6APDyVsHHBoC&printsec=frontcover&dq=estrat%C3%A9gia+corporativa&hl=pt-BR&sa=X&ei=XIImUa_4M5Pq8gSa3YDYDw&ved=0CDoQ6AEwAA</p>
Referências Complementares:	<p>ALMEIDA, M. I. R. <i>Manual de Planejamento Estratégico: desenvolvimento de um plano estratégico com a utilização de planilhas Excel</i>. 2ª Ed. São Paulo. Atlas, 2003.</p> <p>PORTER, Michael E. <i>Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência</i>. 2ª ed. Rio de Janeiro. Campus, 2005.</p> <p>KAPLAN, Robert S; NORTON, David P. <i>A execução Premium: a obtenção de vantagem competitiva através do vínculo da estratégia com as operações de negócios</i>. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2008.</p> <p>MINTZBERG, Henri et al. <i>O processo da Estratégia: Conceitos, Textos e Casos Selecionados</i>, 4ª ed. Porto Alegre. Bookman, disponível em: http://books.google.com.br/books?id=R5RN6nFI49kC&pg=PT81&dq=estrat%C3%A9gia+corporativa&hl=pt-BR&sa=X&ei=XIImUa_4M5Pq8gSa3YDYDw&ved=0CEgQ6AEwAg</p> <p>NICOLI JUNIOR, Jandir; FUNCHAL, Bruno. <i>O efeito da diversificação corporativa na estrutura de capital das firmas brasileiras</i>. Rev. contab. finanç., São Paulo, v. 24, n. 62, Aug. 2013. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-70772013000200006&lng=en&nrm=iso>. http://dx.doi.org/10.1590/S1519-70772013000200006.</p>
Critérios de Avaliação	<p>Primeiro Bimestre: avaliação individual valendo 6 pontos, prova qualis valendo 2 pontos e avaliações (exercício, trabalho, saída técnico pedagógica) valendo 2 pontos</p> <p>Segundo Bimestre: avaliação individual valendo 6 pontos e avaliações (exercício, trabalho, saída técnico pedagógica) valendo 4 pontos</p> <p>Substitutiva: na hipótese de ausência na avaliação individual e Recuperação nas vistas das provas e no último encontro.</p>