



FUNDAÇÃO ESCOLA DE SOCIOLOGIA E POLÍTICA DE SÃO PAULO
Faculdade de Administração da FESPSP

PLANO DE ENSINO 2S - 2022

I – IDENTIFICAÇÃO

DISCIPLINA	Estratégia Organizacional	CARGA HORÁRIA	60h – 72h/a
CURSO	Administração	SEMESTRE	8º
PROFESSOR	Douglas Murilo Siqueira	TITULAÇÃO	Dr .
CÓDIGO DA DISCIPLINA			

II – OBJETIVOS

GERAL

Proporcionar conhecimentos e aprendizado sobre os conceitos e práticas em estratégia organizacional e capacitar os/as estudantes para diagnosticar, analisar, criticar, entender e compreender os diversos aspectos da estratégia nas organizações.

ESPECÍFICOS

- Desenvolver o conceito de estratégia nas organizações
- Capacitar os estudantes em verificar, analisar, discutir, entender e compreender os diversos aspectos da estratégia organizacional.
- Entender os cenários estratégicos
- Discutir a efetividade do planejamento estratégico
- Entender como a estratégia pode contribuir para o desenvolvimento e evolução das organizações.
- Entender as ferramentas para a gestão estratégica: BSC, Gestão estratégica de projetos, Oceano azul

III – EMENTA

Apresenta o conceito do pensamento estratégico. Discute a abordagem do Posicionamento Competitivo: vantagem competitiva, cadeia de valor, competências essenciais, visão baseada em recursos, dentre outras. Conceitua Planejamento Estratégico: declarações estratégicas, cenários e balanced scorecard. Trata das teorias dos Custos de Transação, da Cocriação e dos stakeholders. Conceitua a implementação da Gestão Estratégica, controle e revisão de metas.



IV. CONTEÚDO SELECIONADO

- Conceito de estratégia competitiva (*Administração estratégica: da teoria à prática no Brasil*)
- As escolas de estratégia segundo Mintzberg (*Safári de Estratégia*)
- Visão Baseada em Recursos (*Estratégia Baseada em Recursos*)
- A escolha estratégica (*Administração estratégica: da teoria à prática no Brasil* e *A Estratégia do oceano azul*)
- Planejamento - armadilhas do planejamento estratégico (*Ascensão e queda do planejamento*)
- Planejamento - falácias do planejamento estratégico (*Ascensão e queda do planejamento estratégico*)
- Construção de cenários estratégicos - capítulos. 1, 2 E 3. (*Planejando cenários*)
- Cocriação de valor (*Cocriação de Valor: Conectando a Empresa com Os Consumidores Através das Redes Sociais e Ferramentas Colaborativas.*).

V. METODOLOGIA

Aulas expositivas; uso de metodologias ativas (aula invertida; dinâmicas e jogos lúdicos; design thinking); leituras e debates; estudos de caso e prática a ser trabalhada e articulada com a disciplina de Seminários Temáticos e de Empreendedorismo.

VI. AVALIAÇÃO

40% da nota = seminários (apresentação e debates) *

10% da nota = entrega do resumo/resenha do seminário NO DIA da apresentação (UM POR DUPLA). A entrega fora do prazo (até uma semana após o seminário) será aceita, mas **NÃO COMPORÁ** a nota para os 10%. (**)

50% da nota = avaliação **ÚNICA**.

(*) A participação nos seminários não será somente da dupla que estiver apresentando, mas também de TODOS/ AS que estiverem assistindo.

(**) Todas as duplas deverão postar no grupo a resenha / resumo sobre o assunto que será apresentado, pelo menos UM DIA antes da apresentação. Fica na responsabilidade de cada estudante a impressão (ou outra forma de acesso) do resumo para que possa acompanhar a apresentação.

IMPORTANTE: a dupla deverá entregar uma via impressa do resumo para o professor e postar no respectivo link no Moodle. (o ppt e o resumo).

(***) Cada dupla deverá formular pelo menos DUAS questões sobre o tema até o final da apresentação dos colegas e entregar para o professor. Esta atividade faz parte da nota de participação. (**Sugestão:** fazer uma leitura antecipada sobre o tema para ter melhor participação e formulação das questões).

Sobre a apresentação:

Cada dupla terá entre 20 e 30 minutos para apresentar (não mais e não menos). Depois 20 minutos previstos para debates e questões.

Formato da apresentação: livre com uso do ppt; exemplos, filmes, vídeos, casos, dinâmicas etc.

Todos os apresentadores deverão falar.

Sobre o resumo: formato retrato, arial 12, espaço entre linhas 1,5; mínimo 3 páginas sem contar folha de rosto. Formatação ABNT e constar as referências utilizadas.



VII. BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

ABDALLA, Márcio Moutinho; CONEJERO, Marco Antonio; OLIVEIRA; Murilo Alvarenga (Orgs.) Administração estratégica: da teoria à prática no Brasil. São Paulo: Atlas, 2019.

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND Bruce; LAMPEL, Joseph. Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. 2. ed. Porto Alegre : Bookman, 2010.

MINTZBERG, Henry. Ascensão e queda do planejamento estratégico. São Paulo: Grupo A, 2007.

Bibliografia Complementar:

HITT, Michael A.; IRELAND, R D.; HOSKISSON, Robert E. Administração estratégica – Competitividade e globalização – Conceitos: Tradução da 12a edição norte-americana. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2019.

JR., Arthur A T.; II, A. J S.; GAMBLE, John E. Administração estratégica. São Paulo: Grupo A, 2008.

LACERDA, Daniel Pacheco; TEIXEIRA, Rafael; ANTUNES, Junico; NETO, Secundino Luis Henrique Corcini. Estratégia baseada em recursos: 15 artigos clássicos para sustentar vantagens competitivas. Porto Alegre : Bookman, 2014.

MINTZBERG, Henry; LAMPEL, Joseph; QUINN, James Brian; GHOSHAL, Sumantra. .O processo da estratégia: conceitos, contextos e casos selecionados. Porto Alegre: Artmed, 2007.

WADE, Woody. Planejando cenários: um guia prático para se preparar para o futuro do seu negócio. São Paulo: Editora Saraiva, 2013.

VIII. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

DIA	Modalidade	TEMA
12/08	Presencial	Apresentação do plano de ensino; Formação dos grupos para os seminários; Distribuição dos temas para os seminários (13 DUPLAS) Cronograma / Sorteio para as apresentações Livros de consulta para elaboração dos seminários Introdução ao “Safári de Estratégias” Tema inicial: Conceitos da Estratégia competitiva
19/08	Remoto (SEM GRAVAÇÃO)	Conceitos da Estratégia Competitiva (continuação) Filosofia organizacional Teoria dos <i>Stakeholders</i> Estratégia Baseada em Recursos (RBV)
26/08	Presencial	Apresentação dos seminários a) Escola do Design – total previsto de 50 min b) Escola do Planejamento – total previsto de 50 min c) Escola do Posicionamento – total previsto de 50 min



**SOCIOLOGIA
E POLÍTICA**
ESCOLA DE
HUMANIDADES

Versão de novembro de 2021