UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	**2026**
Tp. Período	**Primeiro semestre**
Curso	**ADMINISTRAÇÃO (010)**
Modalidade	**Parcialmente a distancia**
Disciplina	**1109396 - FORMULAÇÃO ESTRATÉGICA**
Turma	**ADN**

Carga Horária:	**34**
C. Horár. EAD:	**6**
C. Horár. Ext.:	**0**

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Conceitos Fundamentais da Estratégia: A Estratégia e o Estrategista; Estratégia de Negócio e Estratégia Corporativa; Planejamento Estratégico; Modelos para Diagnóstico Organizacional a Partir da Análise Externa e Interna.

I. Objetivos

Compreender os fundamentos da estratégia e desenvolver competências para formular estratégias em diferentes níveis (negócio e corporativo), aplicando modelos de diagnóstico externo e interno e estruturando um processo de planejamento estratégico.
Ao final da disciplina, o(a) estudante deverá ser capaz de:
1.Diferenciar estratégia de planejamento e reconhecer o papel do estrategista nas organizações.
2.Explicar e comparar estratégia de negócio e estratégia corporativa.
3.Aplicar modelos de análise do ambiente externo (oportunidades/ameaças) e interno (recursos/capacidades).
4.Integrar diagnóstico externo e interno em alternativas estratégicas coerentes.
5.Estruturar um plano estratégico com diretrizes, objetivos, iniciativas e indicadores (nível introdutório).

II. Programa

1 — Conceitos fundamentais: estratégia e estrategista
•Conceitos de estratégia; deliberada vs emergente; escolas do pensamento estratégico.
•O papel do estrategista: tomada de decisão, poder, prática e contexto.
2 — Estratégia de Negócio e Estratégia Corporativa
•Nível de negócio: posicionamento, escolha competitiva, proposta de valor.
•Nível corporativo: escopo, diversificação, integração, portfólio, sinergias.
3 — Planejamento Estratégico
•Planejamento como processo: etapas, produtos e limites.
•Tradução da estratégia em objetivos, iniciativas e indicadores (visão introdutória).
•Governança do planejamento e ciclos de revisão.
4 — Modelos de diagnóstico: análise externa e interna
•Externo: setor/concorrência, macroambiente, stakeholders (modelos clássicos).
•Interno: estrutura e processos; recursos, capacidades e desempenho.
•Integração: matriz SWOT e construção de alternativas estratégicas.

III. Metodologia de Ensino

•Aulas expositivas-dialogadas com mapas conceituais.
•Discussão orientada de trechos dos livros-base e artigos (leitura guiada).
•Resolução de estudos de caso (curtos e aplicados).
•Oficina de diagnóstico (externo + interno) em grupo.
•Atividades EAD assíncronas: vídeo-aula curta + questionário + fórum orientado.

Ensino a Distância (Conforme Resolução nº 0062/2008-CEPE/UNICENTRO)

I. Conteúdos que serão abordados a distância

1 — Conceitos fundamentais: estratégia e estrategista
•Conceitos de estratégia; deliberada vs emergente; escolas do pensamento estratégico.
•O papel do estrategista: tomada de decisão, poder, prática e contexto.
2 — Estratégia de Negócio e Estratégia Corporativa
•Nível de negócio: posicionamento, escolha competitiva, proposta de valor.
•Nível corporativo: escopo, diversificação, integração, portfólio, sinergias.
3 — Planejamento Estratégico
•Planejamento como processo: etapas, produtos e limites.
•Tradução da estratégia em objetivos, iniciativas e indicadores (visão introdutória).
•Governança do planejamento e ciclos de revisão.
4 — Modelos de diagnóstico: análise externa e interna
•Externo: setor/concorrência, macroambiente, stakeholders (modelos clássicos).
•Interno: estrutura e processos; recursos, capacidades e desempenho.
•Integração: matriz SWOT e construção de alternativas estratégicas.

II. Metodologia de trabalho

• Vídeos de conteúdo próprio ou compartilhado;
• Conteúdos (materiais, textos) para acesso online;
• Tarefas, questionários, fóruns e atividades no moodle;
• Aplicação de outras tecnologias e ferramentas digitais.

III. Tecnologias utilizadas

- Moodle (buscando desenvolver interatividade entre as ferramentas)
- Links de acesso à nuvens
- Kahoot

IV. Cronograma de tutoria presencial

Realizada pelo docente durante por meio da operacionalização da Carga Horária presencial. Excepcionalidades poderão ser sanadas durante o horário de Atendimento ao Aluno.

V. Critérios de avaliação

- Exercícios no Moodle
- Outras Atividades no Moodle
- Outras dinâmicas e ferramentas que se fizerem oportunas

VI. Cronogramas de avaliação

- Atividades no Moodle - 1° Bimestre letivo 2026
- Atividades no Moodle - 2° Bimestre letivo 2026
- Outras Atividades online programadas de forma ad hoc

IV. Formas de Avaliação

Prova (teórica-aplicada) – 50

Trabalhos e atividades, em grupo e indiuviduais – 50

V. Bibliografia

Básica

•BULGACOV, S.; SOUZA, Q. R.; PROHMANN, J. I.; COSER, C.; BARANIUK. J. Administração estratégica: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2007.
•MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. Safári de Estratégia: Um roteiro pela selva do planejamento estratégico. São Paulo: Bookman, 2010.
•HALL, R. H. Organizações: estruturas, processos e resultados. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
•HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. Administração estratégica. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
•WHITTINGTON, R. O que é estratégia. São Paulo: Thomson, 2002.

Complementar

•ANSOFF, H. I. Corporate Strategy. New York: McGraw-Hill, 1965.
•BARNEY, J. Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, v. 17, n. 1, p. 99–120, 1991.
•PORTER, M. E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 1986.
•PORTER, M. E. What is strategy? Harvard Business Review, 1996.
•KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. A estratégia em ação: Balanced Scorecard. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
•KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. Organização orientada para a estratégia. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
•PRAHALAD, C. K.; HAMEL, G. The core competence of the corporation. Harvard Business Review, 1990.
•TEECE, D. J.; PISANO, G.; SHUEN, A. Dynamic capabilities and strategic management. Strategic Management Journal, v. 18, n. 7, p. 509–533, 1997.
•JOHNSON, G.; SCHOLES, K.; WHITTINGTON, R. Exploring Corporate Strategy. Harlow: Pearson, edições diversas.
•MINTZBERG, H. The fall and rise of strategic planning. Harvard Business Review, 1994.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DEADM/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 002/26
Data: 17/03/2026