

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

**Carga Horária:** 34

**C. Horár. EAD:** 6

## 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 - 1º Bimestre letivo 2026
  - Atividades no Moodle - 2º 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 individuais – 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.; SCHOLLES, 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