

## PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO PLANO DE ENSINO

ANO E SEMESTRE				
2021/2				
<b>PROFESSOR(A)</b>				
Antônio Artur de Souza				
<b>DISCIPLINA NA MODALIDADE DE ENSINO REMOTO EMERGENCIAL (ERE)</b>				<b>CÓDIGO</b>
Seminários em Administração II - Foundations of Strategic Management				CAD009
<b>CARGA HORÁRIA</b>	<b>CRÉDITOS</b>	<b>HORÁRIO</b>	<b>BIMESTRE</b>	<b>DIA DA SEMANA</b>
30	2	13:30 – 17:15	2	Sextas-Feiras
<b>AUTORIZA A OFERTA DE MATRÍCULA NA MODALIDADE DISCIPLINA ISOLADA?</b>				
<input type="checkbox"/> Não <input checked="" type="checkbox"/> Sim – Número de vagas: 14				
<b>AUTORIZA OFERTA DE MATRÍCULA DE GRADUANDO NA MODALIDADE DISCIPLINA ELETIVA?</b>				
<input type="checkbox"/> Não <input checked="" type="checkbox"/> Sim – Número de vagas (até 2 vagas): 2				
<b>A DISCIPLINA É MINISTRADA EM IDIOMA ESTRANGEIRO?</b>				
<input type="checkbox"/> Não <input checked="" type="checkbox"/> Sim Qual: Inglês				
<b>PROJETO(S) DE PESQUISA APROVADO(S) EM ÓRGÃO(S) DE FOMENTO QUE PODE(M) SER VINCULADO(S) À DISCIPLINA</b>				
<b>AGÊNCIA(S) DE FOMENTO</b>				
<b>NÚMERO DE PROTOCOLO DO REGISTRO/DA APROVAÇÃO NA PLATAFORMA BRASIL (se for o caso)</b>				
<b>EMENTA</b>				
<p>The strategic vision of management and concept of competitiveness. The basic concepts of strategic management, such as vision, mission, and company values. Internal and external diagnosis. Scenario building and the link between a company and its environment. From the formulation to the evaluation of strategies. Basic strategic options (specialization, diversification, and integration) and generic competitive strategies. Strategies formulation and implementation. Strategies implemented by listed companies aiming at adding value to investors.</p>				

### **PROGRAMA (Especificar as atividades síncronas e assíncronas)**

As aulas serão ministradas em parte de forma síncrona e em parte de forma assíncrona. As aulas síncronas serão online e as aulas assíncronas serão baseadas em recursos didáticos e em atividades disponibilizadas na plataforma Moodle. As aulas síncronas serão transmitidas online por meio do software Microsoft Teams. Essas aulas online (ou reuniões virtuais) possibilitarão a interação em tempo real entre professor e alunos. O horário dessas aulas será das 13h30 às 16h00. Durante as aulas síncronas, entre 30 e 40 minutos serão destinados para apresentações dos alunos. O horário das 16h00 até as 17h15 será destinado a aulas assíncronas. A disciplina será oferecida em 8 semanas, uma tarde por semana. Em cada sessão, haverá portanto uma parte síncrona e outra assíncrona.

As aulas síncronas serão gravadas e depois disponibilizadas na Plataforma Moodle. Durante essas aulas online, os conteúdos serão apresentados de forma expositiva, bem como serão apresentadas e discutidas respostas para os exercícios e casos práticos disponibilizados na plataforma Moodle. Além disso, atividades interativas também serão realizadas durante essas aulas online, como questionários e quizzes.

As aulas assíncronas serão baseadas nos recursos (slides, aulas gravadas, textos e casos práticos) disponibilizados na plataforma Moodle, organizados por sessão/semana. Nessas aulas, os alunos estudarão por conta própria, sem a presença em tempo real do professor. As atividades avaliativas oferecidas aos alunos compreenderão fóruns de discussão, questionários, desenvolvimento de texto colaborativo com a ferramenta wiki, e tarefas do tipo envio de arquivos e de textos online.

A seguir é apresentado o conteúdo a ser trabalhado em cada uma das 8 sessões.

1. The strategic vision of management and concept of competitiveness.
2. The basic concepts of strategic management. The industrial organization model of above-average returns. The resource-based model of above-average returns.
3. External diagnosis. Industry environment analysis. Competitor analysis.
4. Internal diagnosis: the internal environment analysis. Resources, capabilities, and core competences.
5. Scenario building and the link between a company and its environment. Business Strategy.
6. From the formulation to the evaluation of strategies.
7. Basic strategic options (specialization, diversification, and integration) and generic competitive strategies.
8. Strategic actions and strategy implementation: Corporate governance.

### **BIBLIOGRAFIA**

HITT, M.A.; IRELAND, R.D.; HOSKISSON, R.E. Strategic Management: Competitiveness & Globalization - Concepts and Cases. South-Western Cengage Learning, 2019.

DAVID, Fred .R.; DAVID, Forest. R. Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases. Pearson, 2016.

ROTHAERMEL, F. Strategic Management. McGraw-Hill Education, 2020.

HILL, C.W.L.; JONES, G.R. Strategic Management Theory: An Integrated Approach. South-Western Cengage

Learning, 2016.

DESS, G.; McNAMARA, G.; EISNER, A.; LEE, S.H. Strategic Management: Text and Cases. McGraw-Hill Education, 2018.

#### **TEXTOS E DOCUMENTOS DISPONÍVEIS NA WEB**

Artigos acadêmicos disponíveis nas bases de dados do portal de periódicos da CAPES. Dissertações e teses disponíveis nos repositórios das principais universidades brasileiras. Relatórios de gestão disponíveis nos sítios eletrônicos das empresas listadas na bolsa de valores B3.

#### **SISTEMA DE AVALIAÇÃO**

(1) Apresentação de seminários (10 pontos), (2) Participação nas aulas síncronas e nos fóruns de discussão (10 pontos); (3) Estudos de casos (15 pontos); (4) Resenhas (15 pontos); e (5) Prova final online (20 pontos), e (5) Trabalho final (individual, em dupla ou em trio, na forma de um Artigo Acadêmico (30 pontos). Quatro resenhas e respostas para pelo menos dois casos práticos devem ser entregues ao longo das semanas de aula. Os alunos são incentivados, ao longo das 8 sessões, a apresentar pelo menos dois seminários. Aqueles que não se sentirem confortáveis para apresentar seminários poderão substituí-los por trabalhos escritos.

#### **INFORMAÇÕES ADICIONAIS**