

Disciplina: Estratégia Empresarial

Objetivo

Habilitar o aluno a desenvolver um plano estratégico de internacionalização de negócios.

Ementa

A disciplina enfoca a importância de se ter uma visão abrangente que vai desde a fixação de prioridades pela direção da organização quanto ao atendimento das necessidades dos clientes até a integração das ações das pessoas que atuam nos níveis operacionais. A sua abordagem é a de procurar aplicar os conceitos teóricos apresentados nesta e em outras disciplinas à uma situação real empresarial. A disciplina utiliza conhecimentos adquiridos anteriormente sobre as disciplinas de Teoria Básica, Contemporânea e Geral da Administração, Fundamentos de Marketing, Estratégias de Produto e Distribuição, estratégias de comunicação e Preço, Estratégias de Recursos Humanos, Comportamento do Consumidor e Gestão Financeira Empresarial.

Conteúdo programático

1. Estratégia como plano, padrão, posição e perspectiva.
2. Análise do ambiente externo
 - variáveis ambientais
 - ameaças e oportunidades no ambiente externo
 - fatores-chave de sucesso.
3. Análise do ambiente interno
 - cliente-alvo
 - missão
 - pontos fortes e fracos
 - competências distintivas
4. Análise da competitividade
 - o modelo Porter de análise da indústria
 - a estrutura da indústria como unidade de análise
 - análise da concorrência
 - análise estrutural
 - definição de indústria
5. Formulação de estratégia competitiva
 - análise da concorrência
 - estratégia direcionada para compradores e fornecedores
6. Análise estrutural dentro das indústrias e evolução da indústria
 - análise da firma: o modelo econômico de análise da firma
 - barreiras verticais e horizontais
 - organizando por meio de alianças estratégicas e incorporações
 - integração vertical, horizontal e empresarial
 - análise do contexto interno à firma: inovação e competências essenciais
 - cultura, poder e estrutura
7. Implementação da estratégia

Bibliografia

LEITURA OBRIGATÓRIA:

- AAKER, David A. Administração estratégica de mercado. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- HITT, Michael A., IRELAND, R. Duane, HOSKISSON, Robert E. – Administração Estratégica. São Paulo, Pioneira Thomson Learning, 2002.
- MARCONDES, Reynaldo C., BERNARDES, Cyro – Criando Empresas para o Sucesso. São Paulo, Futura, 2000.

LEITURA COMPLEMENTAR:

- ANSOFF, H. Igor, McDONNELL, Edward J. Implantando a administração estratégica. São Paulo: Atlas, 1992.
- CERTO, Samuel C. e PETER, J. Paul. Administração Estratégica: planejamento e implantação da estratégia. São Paulo: Makron Books, 1993
- DAY, George S., REIBSTEIN, David Jr. A dinâmica da estratégia competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- DRUCKER, Peter. Desafios gerenciais para o século XXI. São Paulo: Pioneira, 1999.
- KAPLAN, Robert S., NORTON, David P. A estratégia em ação: balanced scorecard. 4 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997
- MINTZBERG, Henry, AHLSTRAND, Bruce e LAMPEL, Joseph. Safari de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- MINTZBERG, Henry, QUINN, James B. O processo da estratégia. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- MONTGOMERY, Cynthia A., PORTER, Michael E. (org.) Estratégia: a busca da vantagem competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinto Rebouças. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2001.
- PORTER, Michael. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1990
- PRAHALAD, C. K., HAMEL, Gary. Competindo pelo futuro. Rio de Janeiro: Campus, 1996.
- TAVARES, Mauro C. Gestão estratégica. São Paulo: Atlas, 2000.
- THOMPSON Jr., Arthur, STRICKLAND III, A.J. Planejamento estratégico: elaboração, implementação e execução. São Paulo: Pioneira, 2000.
- WRIGHT, Peter, KROLL, Mark, PARNELL, John. A Administração Estratégica. São Paulo: Atlas, 2000.
- ZACCARELLI, Sergio B. Estratégia e sucesso nas empresas. São Paulo: Saraiva, 2000.
- Revistas: Harvard Business Review, Business Week, Exame, HSM Management, ERA, Veja, Dinheiro, Meio e Mensagem, Revista Marketing e Propaganda
- Jornais: Washington Post, New York Times, Valor Econômico, Gazeta Mercantil