



**Faculdade Interamericana de Porto Velho – UNIRON**  
**Núcleo de Ciências Gerenciais e Administrativas**  
**Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial**

Coordenação: Prof<sup>a</sup>. MSc. ADM. **Lucimara Gonçalves de Rezende**

Componente Curricular: **Planejamento Estratégico e Comercialização**

Carga Horária Total: 80h. (Teórica)

Período: 4<sup>o</sup> Turno: Noturno Ano: 2015\_1

Professor: Dr. Sérgio Rodrigues Alves - [www.profsergio.net](http://www.profsergio.net)

## Plano de Ensino

### 1 - PERFIL DO PROFISSIONAL

O perfil profissional desejado deve garantir que o graduando em Gestão Comercial, demonstre ao final do curso, uma postura que realce a:

- A capacidade empreendedora e da compreensão do processo tecnológico, em suas causas e feitos.
- A compreensão sobre a produção e a inovação científico-tecnológica, e suas respectivas aplicações no mundo do trabalho;
- Competências profissionais tecnológicas, gerais e específicas, para a gestão de processos e a produção de bens e serviços;
- A compreensão e a avaliação dos impactos sociais econômicos e ambientais resultantes da produção, gestão e incorporação de novas tecnologias;
- Promover a capacidade de continuar aprendendo e de acompanhar as mudanças nas condições do trabalho, bem como propiciar o prosseguimento de estudos em cursos de pós-graduação;
- Adotar a flexibilidade, a interdisciplinaridade, a contextualização e a atualização permanente dos cursos e seus currículos;
- Garantir a identidade do Perfil Profissional de conclusão do curso e da respectiva organização curricular.

Fonte: PPC. GESTÃO COMERCIAL. UNIRON (2012, p.21-22)

### 2 - EMENTA

Planejamento, gestão e controle estratégicos dos processos de operações e serviços. Estratégias da corporação e a relação destas com as estratégias das operações. Categorias de decisão estratégicas e táticas em operações associadas aos objetivos organizacionais. Formulação de estratégias de produção e operações nos diferentes ambientes de configuração produtiva (redes de empresas, cadeias de produção, arranjos produtivos, consórcio de produção).

Fonte: PPC. GESTÃO COMERCIAL. UNIRON (2012, p.34)

### 3 - COMPETÊNCIAS E HABILIDADES

Realizar análise do ambiente organizacional (microambiente).

Realizar análise de mercado (macroambiente).  
Construir cenários baseados em dados e informações quali-quantitativas.  
Elaborar planejamento estratégico de qualquer organização comercial.

#### **4 – JUSTIFICATIVA DA DISCIPLINA**

O Gestor Comercial deve estar preparado para decisões não estruturadas que por natureza envolvem numerosas variáveis externas. O planejamento estratégico e comercialização norteará técnica e racionalmente a implementação de ações e projetos a médio e longo prazo em alinhamento com a missão, visão e valores das organizações. Por sua íntima relação com o estabelecimento de metas o planejamento demanda controles e a disciplina também ofertará este instrumental aos discentes.

#### **5 – OBJETIVO DA DISCIPLINA**

Proporcionar condições para que o aluno compreenda a dinâmica competitiva das organizações e o seu posicionamento no ambiente empresarial, dominando suas técnicas, em especial o processo de planejamento estratégico, bem como seus benefícios. Além disso, compreender o planejamento estratégico como instrumento de implementação da estratégia que pode articular-se com a gestão de projetos e objetivos das organizações.

##### **5.1 - Objetivos por Unidade de Ensino**

###### **Unidade I**

- Diferenciar os tipos de planejamento e seus escopos.
- Compreender as organizações analogamente a um sistema, que sofre influência de variáveis internas e externas e deve ser retroalimentado e articulado ao Planejamento de Ações (prioritariamente as de médio e longo prazo).
- Caracterizar atividade fim, atividade meio e processos.
- Identificar o que gera valor para a organização e seus clientes.

###### **Unidade II**

- Identificar forças e fraquezas das organizações em micro e macroambiente, utilizando-se de ferramentas/modelos consolidados.
- Elaborar participativamente Planos Estratégicos para as diversas organizações.

###### **Unidade III**

- Identificar forças e fraquezas das organizações em micro e macroambiente, utilizando-se de ferramentas/modelos consolidados e assim elaborar Planos Estratégicos para as diversas organizações.

###### **Unidade IV**

- Saber mensurar e adotar, em sua futura atividade profissional, estratégias empresariais compatíveis com a realidade de sua organização.

##### **5.2 - Unidades de Ensino**

### **Unidade I**

- DIFERENÇAS BÁSICAS ENTRE OS TRÊS TIPOS DE PLANEJAMENTO: ESTRATÉGICO, TÁTICO E OPERACIONAL.
- EMPRESA COMO SISTEMA – OLIVEIRA, Jair Figueiredo.
- AEN x UEN – Djalma de Pinho Rebouças.
- *CORE COMPETENCE* e *CORE BUSINESS* - NÚCLEO DE COMPETÊNCIA x NÚCLEO DE NEGÓCIO

### **Unidade II**

- FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO – FCS
- MVV – MISSÃO, VISÃO E VALORES
- PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO versus PLANO DE CONTINGÊNCIA: MATRIZ RISCO x FREQUÊNCIA (Solução de Continuidade – BOAR, Bernard).
- ANÁLISE INTERNA: Via Benchmarking e Áreas Funcionais.

### **Unidade III**

ANÁLISE INTERNA E/OU EXTERNA - Através de “modelos”:

- MODELO MICHAEL PORTER (Cinco Forças Competitivas)
- MATRIZ ANSOF (Produto X Mercado)
- MATRIZ FOFA (SWOT)
- MATRIZ INCERTEZA x COMPLEXIDADE
- BUSINESS MODEL CANVAS

### **Unidade IV**

- SEMINÁRIOS A PARTIR DE ESTUDOS DE CASO E FORMULAÇÕES DE ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO.

## **6 - PROPOSTA METODOLÓGICA**

Estratégias de Ensino e Práticas pedagógicas variadas: aulas expositivas, estudo de caso, seminários, grupo de verbalização e grupo de observação, debates, estudo dirigido, *Game* pedagógico (*quiz* acadêmico), *PBL* – Aprendizagem Baseada em Problema. *POL* – *Project Oriented Learning*. Aprendizagem Baseada em Tecnologia (laboratório de informática da IES), Aprendizagem Colaborativa *on-line* (Fórum, Wiki - escrita colaborativa e outros), alternando construcionismo, instrucionismo e conectivismo.

## **7 - PROPOSTA DE AVALIAÇÃO DO PROCESSO ENSINO E APRENDIZAGEM**

1º Bimestre

Avaliação parcial on-line, com valor de 10,0 pontos (peso três).

Avaliação bimestral impressa, com valor de 10,0 pontos (peso sete).

2º Bimestre

Avaliação parcial on-line, com valor de 10,0 pontos (peso três).

Avaliação bimestral impressa, com valor de 10,0 pontos (peso sete).

## **8 - FONTES DE ESTUDO E PESQUISA**

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

ANSOFF, H. Igor. Implantando a administração estratégica. H. Igor Ansoff, Edward J. McDonnell. Trad. Zoratto Sanvicente, Guilherme Ary Plonky. 2 ed. São Paulo, Atlas, 1983.

DRUCKER, Peter F. Introdução à administração. 3. ed. São Paulo: Pioneira Thompson, 2006.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia, práticas. 23 ed. atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2007.

PORTER, Michael E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus; Elsevier, 2004.

Fonte: PPC. GESTÃO COMERCIAL. UNIRON (2012, p.34)

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

FALCINI, Primo. Avaliação econômica de empresas: técnica e prática: Investimentos de risco, Remuneração, Geração de fundos de caixa, Contabilidade por atividades e por fluxo de caixa, O valor econômico dos empreendimentos, Um enfoque moderno para administração financeira. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1995.

GRACIOSO, Francisco. Marketing Estratégico. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

IMAI, Masaaki. Kaizen : A estratégia para o sucesso competitivo. 5 ed. São Paulo: IMAM, 1994.

PORTER, Michael E. Competição: on competition. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

PORTER, Michael E. Vantagem Competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

TACHIZAWA, Takeshi. Criação de novos negócios: Gestão de Micro e Pequenas Empresas. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2010.

TACHIZAWA, Takeshi; CRUZ JUNIOR, João Benjamim da; ROCHA, José Antonio de Oliveira. Gestão de negócios: visões e dimensões empresariais da organização. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

Fonte: PPC. GESTÃO COMERCIAL. UNIRON (2012, p.34)