

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração

Disciplina: Administração Estratégica

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Administração Estratégica**

Semestre: 2024/2

Carga horária: 45

Créditos: 3

Área temática: Administração

Código da disciplina: Doutorado: 094591 Turma DT15001-00441

Mestrado: 115449 Turma MS15001-00339

Professores: Dr. Jorge Renato Verschoore e Dr. Guilherme Trez

EMENTA

A disciplina aborda a evolução do pensamento estratégico através do estudo das diversas correntes identificáveis ao longo das décadas. A questão da adequação entre o ambiente interno das organizações e o seu ambiente externo. Análise histórica sobre o impacto das diversas correntes no conteúdo no processo estratégico das organizações. A relação entre estratégia e inovação. A adaptação dos conteúdos da estratégia às condições regionais. As diferentes situações quanto ao escopo estratégico: países, mercados e setores de negócios.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

A Evolução histórica da Estratégia

A emergência da estratégia empresarial no pós-guerra.

O planejamento estratégico

A racionalidade econômica na gestão estratégica.

A estratégia como processo

Implementação estratégica

Os recursos estratégicos e as competências centrais.

A estratégia como prática. Praxis, práticas e praticantes.

Teoria dos Jogos. A interação estratégica e o nascimento da Coopetição.

Estratégias abertas e enxutas.

Plataformas estratégicas.

OBJETIVOS

- discutir a evolução do pensamento estratégico;
- compreender e analisar criticamente os temas emergentes na área de estratégia relativos a conteúdo e processo;
- discutir a relação entre estratégia, inovação e desempenho das organizações;
- analisar a relação entre o ambiente interno e o ambiente externo à organização e sua influência sobre a estratégia e o desempenho organizacional.

METODOLOGIA

Aulas se alicerçam num projeto de aprendizagem andragógico que respeita a trajetória profissional dos alunos. Serão realizados seminários de discussão conduzidos pelos professores e com a participação de convidados. Em cada encontro, será estimulada a análise crítica dos textos e a participação ativa dos alunos nas discussões dos temas. A leitura prévia dos textos indicados é muito importante para o aproveitamento dos encontros. Os relatos de experiências e de vivências dos alunos constituem elementos fundamentais na condução da disciplina, possibilitando a integração entre teoria e prática. Estimula-se os alunos a trazer materiais ilustrativos das situações discutidas em classe.

AVALIAÇÃO

25% - Seminários e participação contributiva nos encontros da disciplina.

25% - Apresentação e entrega da proposta de artigo (resumo expandido de até 5 páginas).

50% - Artigo final nos temas de estratégia estudados na disciplina e no formato do ENANPAD

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARNEY, J. B. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management**, [s. l.], v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991.

BITITCI, U. *et al.* Performance measurement: challenges for tomorrow. **International Journal of Management Reviews**, [s. l.], v. 3, n. 14, p. 305-327, 2011.

BLANK, S. Why the lean start-up changes everything. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 91, n. 5, p. 63-72, 2013.

BRANDENBURGER, A. M.; NALEBUFF, B. J. The right game: use game theory to shape strategy. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 73, n. 4, p. 57-71, 1995.

CAMERER, C. F. Does strategy research need game theory? **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 12, n. S2, p. 137-1152, 1991.

GOLSORKHI, D *et al.* **Cambridge handbook of strategy as practice**. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 2011.

MENON, A. *et al.* Antecedents and consequences of marketing strategy making: a model and a test. **Journal of Marketing**, [s. l.], v. 63, p. 18-40, 1999.

MEYER, K. E. *et al.* Institutions, resources, and entry strategies in emerging economies. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 30, n. 1, p. 61-80, 2009.

MINTZBERG, H. Crafting strategy. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 66, n. 4, p. 66-75, 1987.

PORTER, M. E. How competitive forces shape strategy. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 57, n. 2, p.137-145, 1979.

VAN ALSTYNE, M. W.; PARKER, G. G.; CHOUDARY, S. P. Pipelines, platforms, and the new rules of strategy. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 94, n. 4, p. 54-65, 2016.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AHEARNE, M. J.; LAM, S. K.; KRAUS, F. Performance impact of middle managers' adaptive strategy implementation: the role of social capital. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 35, n. 1, p. 68-87, 2014.

ANSOFF, H. I. Critique of Henry Mintzberg's 'The design school: reconsidering the basic premises of strategic management'. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 12, n. 6, p. 449-461, 1991.

D'AVENI, R. A.; DAGNINO, G. B.; SMITH, K. G. The age of temporary advantage. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 31, n. 13, p. 1371-1385, 2010.

DORN, S.; SCHWEIGER, B.; ALBERS, S. Levels, phases and themes of coopetition: a systematic literature review and research agenda. **European Management Journal**, [s. l.], v. 34, n. 5, p. 484-500, 2016.

HAGIU, A.; ROTHMAN, S. Network effects aren't enough. **Harvard Business Review**, [s. l.], v. 94, n. 4, p. 64-71, 2016.

JARZABKOWSKI, P.; SPEE, A. Paul. Strategy-as-practice: a review and future directions for the field. **International Journal of Management Reviews**, [s. l.], v. 11, n. 1, p. 69-95, 2009.

MINTZBERG, H.; WATERS, J. A. Of strategies, deliberate and emergent. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 6, n. 3, p. 257-272, 1985.

PORTER, M. E. Towards a dynamic theory of strategy. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 12, n. S2, p. 95-117, 1991.

RAMAMURTI, R. Competing with emerging market multinationals. **Business Horizons**, [s. l.], v. 55, n. 3, p. 241-249, 2012.

SHAPIRO, C. The theory of business strategy. **The Rand Journal of Economics**, [s. l.], v. 20, n. 1, p. 125-137, 1989.

WEIBLEN, T.; CHESBROUGH, H. W. Engaging with Startups to Enhance Corporate Innovation. **California Management Review**, [s. l.], v. 57, n. 2, p. 66-90, 2015.

WERNERFELT, Birger. A resource-based view of the firm. **Strategic Management Journal**, [s. l.], v. 5, n. 2, p. 171-180, 1984.

