



Plano de Ensino

Universidade Federal do Espírito Santo

Campus de Goiabeiras

Curso: Gemologia

Departamento Responsável: Departamento de Gemologia

Data de Aprovação (Art. nº 91): 20/12/2023

DOCENTE PRINCIPAL : ANDRE ABREU DE ALMEIDA

Matrícula: 2462461

Qualificação / link para o Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1506097009921180>

Disciplina: ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO DE MERCADO

Código: GEM10672

Período: 2024 / 1

Turma: 01

Pré-requisito:

Carga Horária Semestral: 60

Disciplina: GEM10464 - COMÉRCIO INTERNACIONAL DE GEMAS E JÓIAS

Distribuição da Carga Horária Semestral

Créditos: 3

Teórica

Exercício

Laboratório

45

15

0

Ementa:

Debater o tema estratégico e suas várias significações; sentido sociológico, gerencialista e processualista; entender o ambiente organizacional através de cenários e suas confirmações; saber diagnosticar as oportunidades e ameaças da organizações; entender tendências em tecnologias de gestão para o desenvolvimento de habilidades gerenciais para: prospectar mercados; desenvolver planos de ação para mercados; compor e utilizar ferramentas estratégicas marketing para atração no mercado nacional e internacional.

Objetivos Específicos:

Transmitir aos discentes os conhecimentos necessários sobre a estratégia vista por vários ângulos, de maneira que possam diagnosticar oportunidades e ameaças às organizações, conhecer as modernas tendências gerenciais aplicadas aos mercados nacional e internacional. Ganhar habilidades para formular, implementar, liderar, comunicar e medir planos e projetos de ação. Aprender a utilizar novas tecnologias e inovação para ampliar as competências das organizações.

Conteúdo Programático:

1. Definir Estratégia sob vários ângulos. Oceano Azul e Job to be done.
2. O ambiente organizacional e a construção de cenários.
3. Diferenciação e posicionamento de produtos e serviços no mercado.
4. Principais ferramentas estratégicas.
5. Tecnologias de gestão para o desenvolvimento de habilidades gerenciais para: prospectar mercados e desenvolver planos de ação.
6. Estudos sobre internacionalização de empresas.
7. Marketing, valor e satisfação, composto de marketing e plano de marketing. Missão e Visão Corporativa.
8. Estratégias de marcas, embalagens e serviços.
9. Estratégia de preços e teoria de valor.

Metodologia:

As aulas serão presenciais semanais conforme as normas da Universidade. Serão disponibilizados conteúdos no google classroom para leitura, análise, exercício e debate com artigos, casos, reportagens, vídeos e podcasts. Os livros didáticos estão disponíveis na biblioteca central.

Critérios / Processo de avaliação da Aprendizagem :

1. A Avaliação: Uma avaliação escrita individual abrangendo o conteúdo.
2. Apresentação de trabalho em grupo
3. Participação na disciplina: Mensurada através da entrega das atividades e participação nas aulas.
4. Critérios de Avaliação

Atividades e respectivos pesos para avaliação do desempenho dos alunos:

Avaliação escrita - 50%

Participação na disciplina 25%

Apresentação de trabalho - 25%

A nota final do aluno será obtida através da soma das notas auferidas durante o período. As leituras dirigidas, quando acompanhadas da entrega de fichamentos, resumos ou resenhas, bem como os debates organizados em sala de aula, a critério do professor, poderão fazer parte da composição das notas.

Bibliografia básica:

BARNEY, J. B.; HESTERLY, W.S. Administração Estratégica e Vantagem Competitiva – Conceitos e casos. Ed. Pearson. 3ª edição. 2014
 HITT, Michael A.; IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E. Administração estratégica. Cengage Learning, 2014.
 MINTZBERG, Henry; LAMPEL, S.; QUINN, J. B.; GHOSHAL, Sumatra. O Processo da Estratégia: Conceitos, contextos e casos selecionados. Bookman Editora, 2006.

Bibliografia complementar:

KOTADE, Massaki. Administração de Marketing Global. São Paulo. Atlas. 2000.
 MINTZBERG, Henri. Safári de Estratégia. Porto alegre: Bookmam. 2002
 DA ROCHA, Ângela. As Novas Fronteiras, a Multinacionalização das Empresas Brasileiras. Rio de Janeiro. Editora Mauad. 2003.
 RAIMAR, Richers. Marketing – uma visão brasileira. São Paulo. Negócio editora. 2000.
 WRIGHT, Peter; KROLL, Mark J.; PARNELL, John. Administração estratégica: conceitos. Atlas, 2007.

Cronograma:

Aula	Data	Descrição	Exercícios	Observações
01	12/03/2024	Apresentação da disciplina. Análise das expectativas e introdução ao tema Estratégia	Disponibilizados na plataforma google classroom.	
02	19/03/2024	Diferenciação e posicionamento de produtos e serviços no mercado.	Disponibilizados na plataforma google classroom.	
03	26/03/2024	A Estratégia do Oceano Azul (Inovação de valor). Origem, fundamentos e casos sobre o tema	Disponibilizado na plataforma google classroom	
04	02/04/2024	Job to be done: Conceito, Definições, e caso	Disponibilizado na plataforma google classroom	
05	09/04/2024	Principais ferramentas estratégicas	Disponibilizado na plataforma google classroom	
06	16/04/2024	Principais ferramentas estratégicas.	Disponibilizado na plataforma google classroom.	
07	23/04/2024	Tecnologias de gestão para o desenvolvimento de habilidades gerenciais para: prospectar mercados e desenvolver planos de ação	Disponibilizado na plataforma google classroom.	
08	30/04/2024	Apresentação de trabalho: Plano de ação	Disponibilizado na plataforma google classroom.	
09	07/05/2024	Estudos sobre internacionalização de empresas.	Disponibilizado na plataforma google classroom.	
10	14/05/2024	Marketing, valor e satisfação, composto de marketing e plano de marketing. Missão e Visão Corporativa.	Disponibilizado na plataforma google classroom.	
11	21/05/2024	Marketing, valor e satisfação, composto de marketing e plano de marketing. Missão e Visão Corporativa - Continuação.	Disponibilizado na plataforma google classroom.	
12	28/05/2024	Estratégias de marcas, embalagens e serviços.	Disponibilizado na plataforma google classroom.	

Aula	Data	Descrição	Exercícios	Observações
13	04/06/2024	Estratégia de preços e teoria de valor.	Disponibilizado na plataforma google classroom.	
14	11/06/2024	Seminário sobre práticas estratégicas empresariais.		
15	18/06/2024	Avaliação escrita		
16	16/07/2024	Prova final.		

Observação:

Os alunos que obtiverem média parcial inferior a 7,0 terão o direito a realizar uma prova final, devendo alcançar média final igual ou superior a 5,0 para aprovação. A prova final será aplicada no dia 16/07/2024