

**PLANO DE ENSINO DA DISCIPLINA**  
**(FICHA Nº 2)**

<b>Disciplina:</b> INFORMAÇÃO E ESTRATÉGIA	<b>Código:</b> SIN182
<b>Válido para:</b> 2019.1    ( X ) 1º Semestre    ( ) 2º Semestre    Anual ( )    Modular ( )	
<b>Ofertada para o curso:</b> GESTÃO DA INFORMAÇÃO	

<b>DADOS DA FICHA 1</b>	<b>Natureza:</b> (X) obrigatória    ( ) optativa
	<b>Modalidade:</b> ( X ) Presencial    ( ) EaD    ( ) 20% EaD
	<b>Pré-requisito:</b> NÃO HÁ
	<b>Co-requisito:</b> NÃO HÁ
	<b>C.H. Total:</b> 60
	<b>C.H. Semanal (Conforme Resolução 15/10-CEPE):</b> Padrão (Teórica): 4    Laboratório (Prática):    Campo: 00    Estágio: 00    Orientação: 00
<b>EMENTA:</b> Estratégia: Conceitos Básicos. Análise Situacional do Ambiente externo e do Ambiente interno. Direção, Formulação e Implementação da Estratégia. Gestão estratégica da informação. Integração, mapeamento estratégico e avaliação de Desempenho da Estratégia. Cognição e Estratégia. Falácias do Planejamento Estratégico.	

<b>UNIDADES DIDÁTICAS</b>
<p>Estratégia: conceitos centrais          Informação e Estratégia: perspectivas          Informação e Planejamento Estratégico          Informação e Mercado/Posicionamento Estratégico          Informação e Recursos          Informação e Stakeholders          Informação, Campo estratégico e Sociedade          Informação e Decisão Estratégica          Informação e Redes/Cooperação Estratégica          Informação, Estratégia e Contexto político-legal</p>

<b>OBJETIVOS</b>
<b>Objetivo Geral:</b> Proporcionar aos estudantes conhecimentos referentes aos conceitos básicos de estratégia e de informação no estudo da estratégia de organizações. Para tanto, a disciplina está estruturada de modo a fomentar o conhecimento acerca do planejamento e elaboração de estratégias e políticas de informação, bem como o planejamento e gestão de informações para

negócios, incentivando a análise e interpretação de informações a pauta da conduta ética das organizações, da relação entre negócios e sociedade e da autonomia e criticidade de pensamento.

**Objetivos específicos:**

- Oportunizar aos estudantes o contato com diferentes abordagens do estudo da estratégia e sua relação com a informação, por meio de atividades práticas e reflexão teórica.
- Capacitar os estudantes a pensar estrategicamente e elaborar análises necessárias para o diagnóstico, formulação e controle estratégico.
- Provocar a reflexão sobre os critérios e limites associados à elaboração do planejamento estratégico e outras abordagens, bem como, sua aplicabilidade no ambiente informacional.
- Compreender implicações teóricas e práticas da relação entre informação e estratégia.

**PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS**

Aulas teóricas dialogadas, análise e discussão de textos.

Seminários

Análise de casos e atividades continuadas de reforço.

**FORMAS DE AVALIAÇÃO**

1. A avaliação será composta por: (i) avaliação parcial e/ou trabalho parcial; (ii) seminário; (iii) trabalho final e (iv) avaliação semestral.

1.1. Condições gerais

Os trabalhos e seminários poderão ser realizados em equipes de, no máximo 4 integrantes. Não haverá substituição de nota para os trabalhos parcial e final, seminário e avaliação parcial. Não serão aceitos trabalhos fora dos prazos combinados.

1.2. Condições específicas para os trabalhos escritos

1.2.1 Trabalho parcial refere-se a análise de um caso real, selecionado pela equipe, à luz dos assuntos estudados nos temas 1, 2 e 3. O documento deverá, necessariamente, conter: (i) introdução e caracterização do caso; (ii) fundamentação teórica; (iii) análise dos dados empíricos a partir da aplicação dos aspectos teóricos discutidos nos temas 1, 2 e 3; (iv) conclusões. O documento deverá ter, no máximo, 3000 palavras, incluindo referências.

1.2.2 Ao trabalho escrito final aplicam-se as mesmas orientações do trabalho parcial, à exceção de que toma como base os assuntos estudados nos temas 4, 5, 6, 7 e 8.

1.2.3 A realização do trabalho parcial é opcional, devendo os estudantes realizar a prova parcial, caso optem por não fazê-lo. Caso o trabalho parcial entregue pela equipe alcance nota superior à 85, os integrantes estão dispensados de realizar a avaliação parcial. Demais casos, deverão realizar a avaliação parcial.

1.3 Condições específicas para os seminários

1.3.1 Os seminários devem tratar de temas específicos relacionados à relação entre informação e Estratégia. Para auxiliar no desenvolvimento, o professor disponibilizará textos básicos que, devem ser considerados pontos de partida para a preparação do seminário. É parte integrante do seminário, a complementação de pesquisa bibliográfica sobre o tema. Os seminários serão apresentados no

início das respectivas aulas, ficando os integrantes das equipes responsáveis pela apresentação sistematizada do tema, incluindo além da parte teórica, exemplos de pesquisa e aplicações. Serão valorizados a qualidade da apresentação, o domínio do assunto, a articulação entre temas (quando for o caso), o uso de exemplos, aplicações e pesquisas científicas complementares e, a dinâmica de interação com demais estudantes.

1.3.2 A apresentação (slides) deverá ser disponibilizada previamente ao professor com antecedência de 24 horas da data agendada para o seminário.

1.3.3 Não há entrega de trabalho escrito referente ao tema da apresentação do seminário.

1.3.4 Na data do seminários, equipes que não estão responsáveis pela apresentação deverão trazer duas questões reflexivas sobre o tema que será apresentado. Será valorizada a qualidade da participação individual no debate. A apresentação deverá ser estimada em 60 minutos, seguidos de debates, questões e outras atividades de interação com os demais estudantes.

1.3.5 Antes da apresentação do seminário, as equipes deverão apresentar prévias de estrutura, pesquisa bibliográfica e conteúdo ao professor, em datas combinadas para cada caso.

1.3.6 A qualidade das prévias, das questões e da participação individual poderão ser valorizados com até 30% da nota da avaliação semestral.

1.3.7 Temas dos seminários: 1. Informação e Planejamento; 2. Informação e Mercado/Posicionamento; 3. Informação e Recursos; 4. Informação e Sociedade/Stakeholders; 5. Informação e Sociedade/Sociedade Civil e opinião pública; 6. Informação e Decisão/Cognição; 7. Informação e Redes/Cooperação; 8. Informação e Estado/Lei.

1.4. Condições específicas para as avaliações parcial e semestral

1.4.1 Todos os textos recomendados para a realização dos seminários, além dos debates em sala de aula, compõe o conteúdo que deve ser estudado para as avaliações escritas.

1.4.2 As avaliações parcial e semestral serão individuais e sem consulta, salvo orientação em contrário indicada pelo professor.

1.5. Cálculo de notas

A média será calculada a partir das seguintes notas e pesos:

Nota 1 - peso 25: referente à nota do trabalho parcial, se maior ou igual a 85; ou, caso a equipe opte por não fazer o trabalho parcial, pela nota da prova parcial; ou, caso a equipe alcance nota inferior a 85 no trabalho parcial, pela média das notas do trabalho parcial e da prova parcial.

Nota 2 - peso 25: referente ao seminário e atividades prévias de desenvolvimento do seminário

Nota 3 - peso 25: referente ao trabalho final

Nota 4 - peso 25: referente à nota da prova semestral

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, B. **Safari da estratégia**. 2ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2010.

BARNEY, J. ; HESTERLY, W. **Administração Estratégica e Vantagem Competitiva**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

PICOT, Arnold. **Information, organization and management**. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 2008. (Business and Economics (Springer-11643);ZDB-2-SBE). ISBN 9783540713951. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1007/978-3-540-71395-1>>.



#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MINTZBERG, H. **Ascensão e queda do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MARTIN, R. L. The big lie of strategic planning. **Harvard Business Review**. Jan-Feb, 2014, p. 79-84.

MINTZBERG, Henry. **O processo da estratégia**: conceitos, contextos e casos selecionados. 4. ed Porto Alegre: Bookman, 2006. 496 p.

PEREIRA, E. C. (org.). **Conhecimento, estratégia e informação**: três constructos que se entrelaçam na gestão organizacional. Curitiba: Appris, 2013. 327p.

JOHNSON, G.; SCHOLLES, K.; WHITTINGTON, R. **Explorando a Estratégia Corporativa**: Texto e casos. 7. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

Professor da Disciplina: Prof. Edson Ronaldo Guarido Filho  
Assinatura:

Coordenação do Curso: Profa. Joana Gusmão Lemos  
Assinatura:

Chefe de Departamento: Profa. Egon Wildauer  
Assinatura: