

**INSTITUTO FEDERAL**  
**SANTA CATARINA**

# FIC em Planejamento Estratégico

## Apresentação do Curso

Curso FIC em Planejamento Estratégico

Prof. Pierry Teza

Atualizado em 01/06/2017

# Estrutura da apresentação

- Apresentações
  - Professor
  - Alunos
- O curso
  - Contextualização
  - Plano de ensino
  - Método de ensino
  - Material de apoio
  - Avaliações
  - Importância do método
- Considerações importantes



# Apresentações

## Professor

- **Formação:** Eletrotécnica e Pós-técnico em Automação (IFSC).  
Administração de Empresas (FESSC).  
Especialização em Engenharia de Produção (UNIASSELVI)  
Mestrado Engenharia de Produção (UFSC).  
Doutorando em Gestão do Conhecimento (UFSC)

- **Experiência:** Projetos e obras de engenharia.  
Gerenciamento de projetos e obras.  
Consultoria e assessoria.

## •Contato:



pierry.teza@ifsc.edu.br



(48) 8414-8016



pierry.teza



pierry.teza

# Apresentações

## Professor

- **Docência:** Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI)  
Centro Universitário Estácio de Sá de Santa Catarina  
Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)  
Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC)

Tópicos Especiais em Gestão da Produção; Programação e Projetos; Estratégias Empresariais; Sistemas de Informação Gerenciais; Processos Industriais; Vendas e Composto Promocional; Técnicas Administrativas; Trabalhos Acadêmicos; Introdução a Informática; Administração de Marketing; Administração de Materiais.

- **Contato:**



pierry.teza@ifsc.edu.br



(48) 8414-8016



pierry.teza



pierry.teza

# Apresentações

## Alunos

- Nome?
- Trabalha? Em qual área?
- Formação?
- Quais suas expectativas em relação ao curso?



# O curso

## Dados básicos

- Ementa:
  - Conceitos de planejamento e de sistema; Planejamento estratégica e Gestão Estratégica; Análise do ambiente interno; Análise do ambiente externo; Missão e visão; Objetivos e metas estratégicos; implementação estratégica; controles estratégicos.
- Carga Horária:
  - 36 horas (12 encontros / segundas-feiras / 19:00 às 22:00)

# O curso

## Contextualização

- Mudanças no mundo inteiro...



# O curso

## Contextualização

- Novas tecnologias em um ambiente dinâmico...



Apresentação inicial



# O curso

## Contextualização

- Grande quantidade de **informação**...



...influenciando os negócios.

# O curso

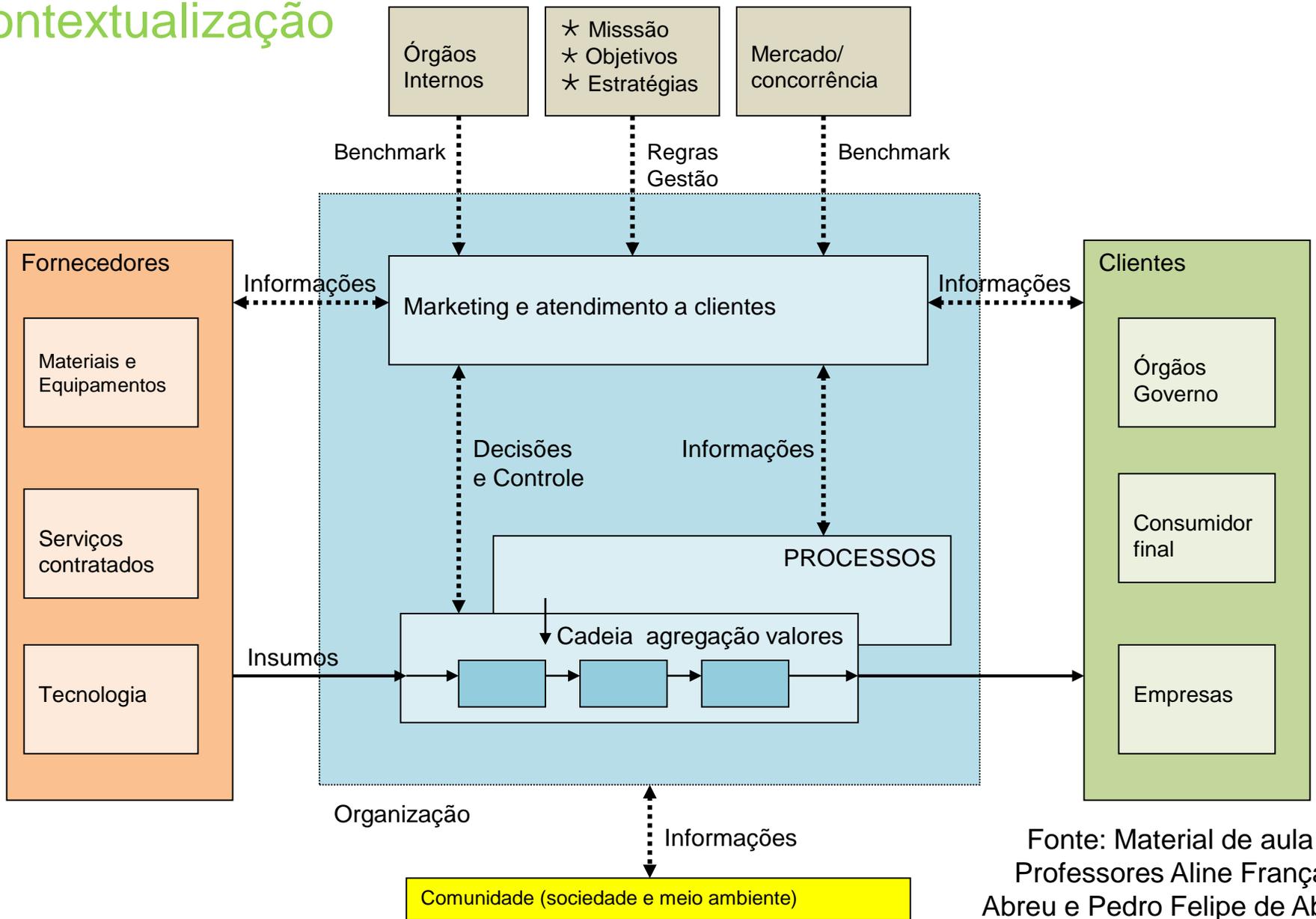
## Contextualização

- Tecnologia como **apoio** ao negócio...



# O curso

## Contextualização



Fonte: Material de aula dos Professores Aline França de Abreu e Pedro Felipe de Abreu

# A disciplina

## Plano de ensino

- Plano de Ensino:
  - Competências
  - Habilidades
  - Bibliografia.
  - Bases tecnológicas.
  - Observações.



**INSTITUTO FEDERAL  
SANTA CATARINA**

Ministério da Educação  
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica  
**INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA**

### PLANO DE ENSINO

IDENTIFICAÇÃO			
Curso:	Administração	Período Letivo:	Módulo I
Un. Curricular:	Administração de Marketing	Código:	
Semestre:	2015/1	Carga Horária:	80
		Aulas Semanais:	4
Professor:	Pierry Teza	E-mail:	pierryteza@ifsc.edu.br

COMPETÊNCIAS
<ul style="list-style-type: none"><li>Assumir postura profissional condizente com os princípios que regem as ações de administração;</li><li>Executar, controlar e avaliar os procedimentos das áreas de pessoal, de produção, de materiais, de qualidade, de marketing, financeiro e dos sistemas de informação.</li></ul>

HABILIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>Compreender os conceitos de Marketing;</li><li>Entender o Mercado (clientes, fornecedores e concorrentes);</li><li>Compreender as técnicas de identificação do Comportamento do Consumidor.</li></ul>

BIBLIOGRAFIA
<p><u>Básica:</u> KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. <i>Administração de marketing</i>. 14 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012</p> <p><u>Complementar:</u> CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. <i>Marketing: criando valor para os clientes</i>. São Paulo: Saraiva, 2003. MALHOTRA, Naresh. <i>Pesquisa de marketing</i>. Porto Alegre: Bookman, 2006. KOTLER, Philip. <i>Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle</i>. São Paulo, Atlas, 2009. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. <i>Marketing: conceitos, exercícios, casos</i>. Atlas, 2009. URDAN, André Torres; URDAN, Flávio Torres. <i>Marketing estratégico no Brasil: teoria e aplicações</i>. São Paulo, Atlas, 2010.</p>

### BASES TECNOLÓGICAS

Conteúdo / Unidade	Conhecimentos, Habilidades e Competências	Estratégias Didáticas*	Avaliação	CH
Conceito de marketing	<ul style="list-style-type: none"><li>Compreender os conceitos de Marketing;</li><li>Conceito e evolução do Marketing;</li><li>Ambiente de Marketing: microambiente e macroambiente;</li><li>O Processo de Administração de Marketing;</li><li>Composto de Marketing (produto, preço, promoção, praça).</li></ul>	AED EXE TI	Participação em sala de aula. Trabalho em grupo. Trabalho individual.	8h/a
Estratégias de marketing	<ul style="list-style-type: none"><li>Compreender os conceitos de Marketing;</li><li>Entender o Mercado (clientes, fornecedores e concorrentes);</li><li>Compreender as técnicas de identificação do Comportamento do Consumidor.</li><li>Ambiente de Marketing: microambiente e macroambiente;</li><li>O Processo de Administração de Marketing;</li><li>Estratégias mercadológicas.</li></ul>	AED EDI DIS TG LAB PES	Participação em sala de aula. Trabalho em grupo. Trabalho individual.	12h/a
Planos de marketing	<ul style="list-style-type: none"><li>Compreender os conceitos de Marketing;</li><li>Entender o Mercado (clientes, fornecedores e concorrentes);</li></ul>	AED EDI DIS	Participação em sala de aula. Trabalho em grupo.	8h/a

Instituto Federal de Santa Catarina – Câmpus Caçador  
Av. Fênix Thomé, 3000 | Chempagnet | Caçador/SC | CEP: 89.500-000  
Fone: (49) 3591-5700 | www.caçador.ifsc.edu.br | CNPJ 11.402.887/0119-09



105 ANOS  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
SANTA CATARINA

# A disciplina

## Plano de Ensino

<b>Tópi co</b>	<b>Conteúdo</b>
<b>0</b>	Apresentação do curso
<b>1</b>	O que é estratégia
<b>2</b>	O plano estratégico
<b>3</b>	Obtendo informações na Internet
<b>4</b>	Diagnóstico estratégico
<b>5</b>	Modelo de negócio
<b>6</b>	Análise PESTAL
<b>7</b>	Análise de Stakeholders
<b>8</b>	Análise das Cinco Froças
<b>9</b>	Análise dos Concorrentes
<b>10</b>	Análise dos Fornecedores

<b>Tópi co</b>	<b>Conteúdo</b>
<b>11</b>	Análise dos Clientes
<b>12</b>	Análise SWOT
<b>13</b>	Missão, visão e valores
<b>14</b>	Fatores chave de sucesso
<b>15</b>	Objetivos e metas
<b>16</b>	Plano de ação
<b>17</b>	Apresentações

# A disciplina

## Método de ensino

- Aulas expositivas dialogadas.
- Trabalhos individuais e em grupo.
- Pesquisas.
- Leituras complementares.



# A disciplina

Material de apoio



- Apresentações do conteúdo.
- Bibliografia básica e complementar.
- Textos complementares.
- Vídeos.

# A disciplina

## Avaliações

- Avaliações individuais e em grupo.
- Plano Estratégico.
- Outros trabalhos ao longo do curso.
- Presença e participação.

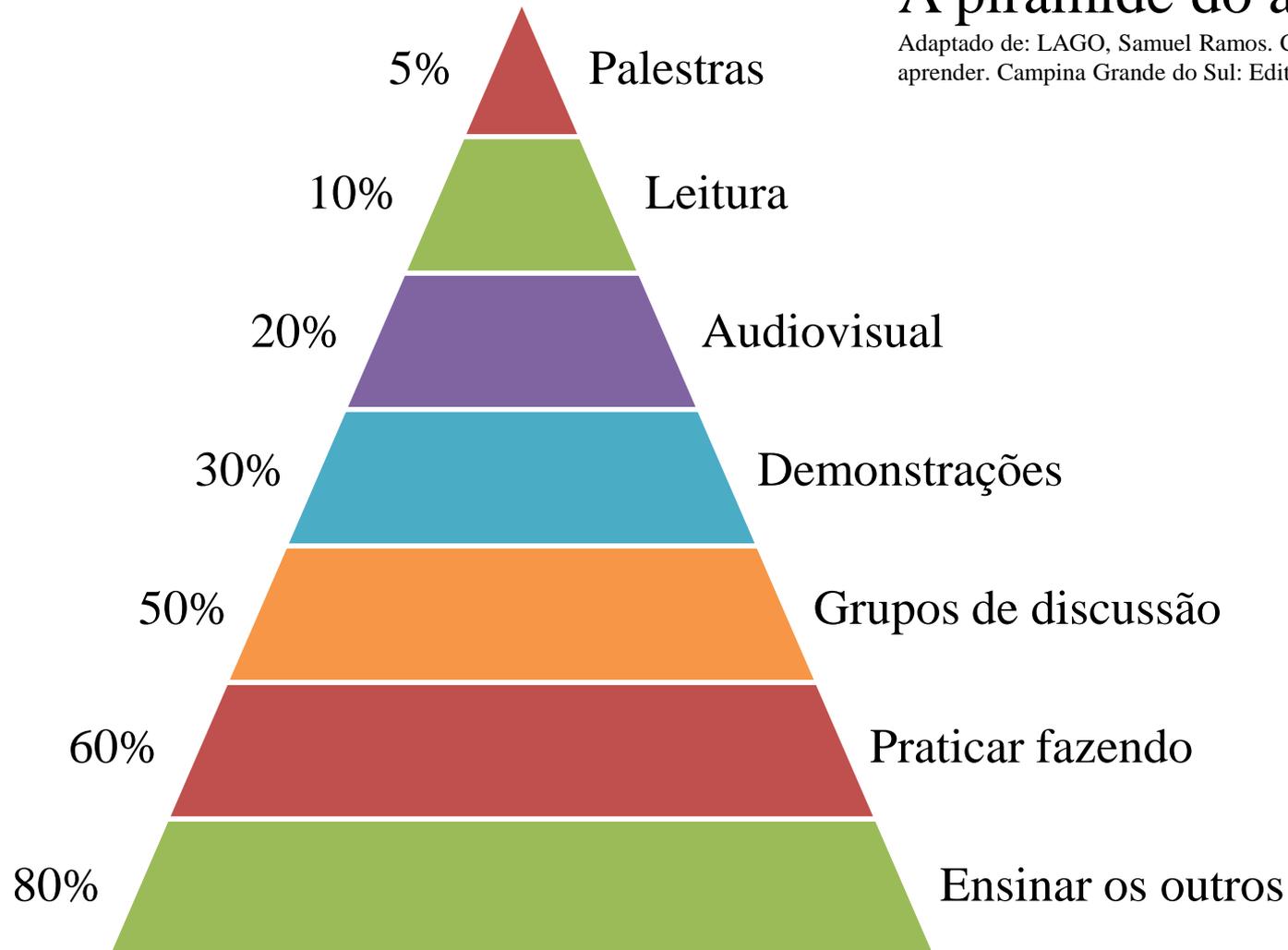


# A disciplina

## Importância do método

### A pirâmide do aprendizado

Adaptado de: LAGO, Samuel Ramos. Conversas com quem gosta de aprender. Campina Grande do Sul: Editora Lago, 2004.

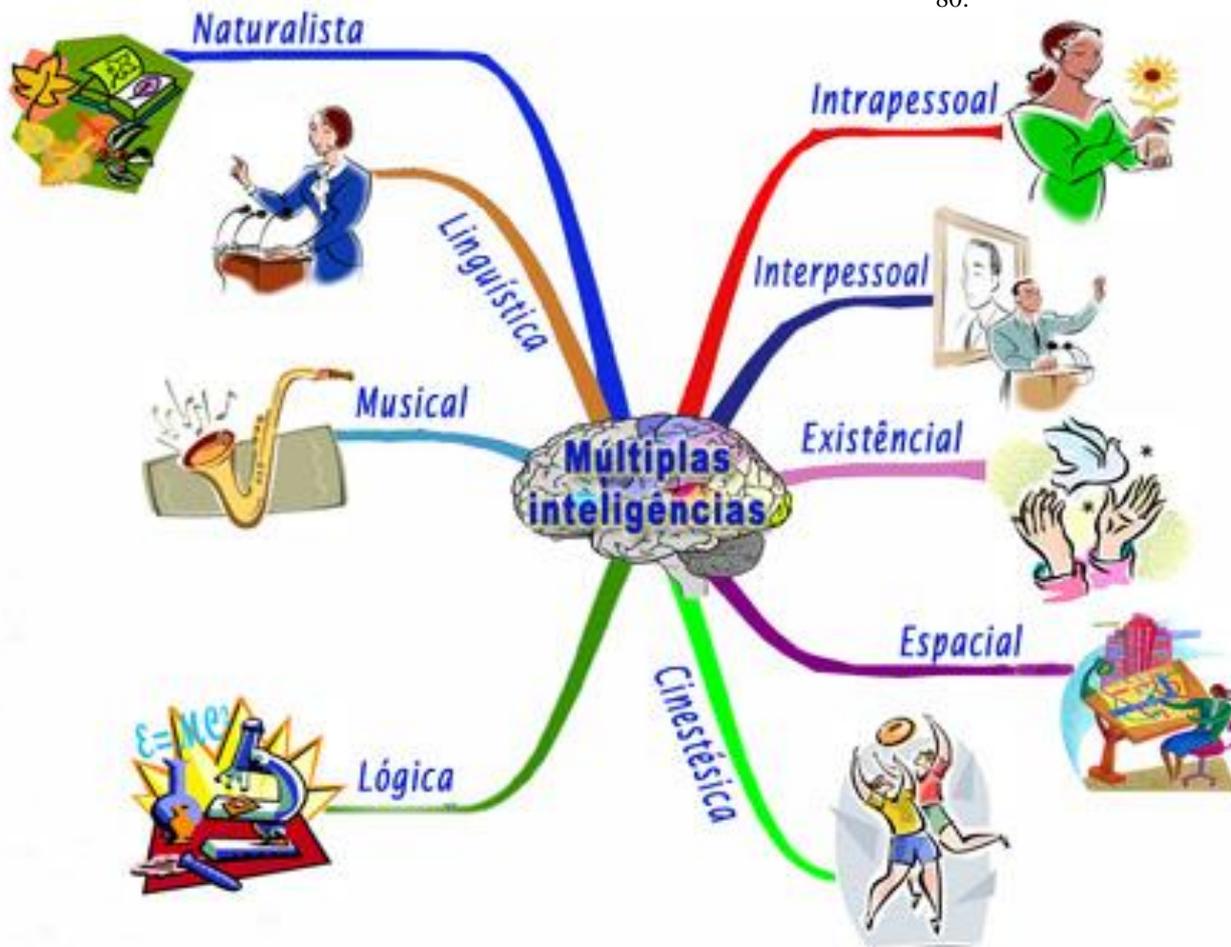


# A disciplina

## Importância do método

## Inteligências múltiplas

Teoria criada pelo psicólogo americano Howard Gardner na década de 80.



# Considerações importantes

## Frequência - importância

- Manter o entendimento da matéria.



- Manter o nível mínimo para aprovação.

75%

# Considerações importantes

## Frequência

- Faltas:
  - Frequência mínima: 75% (conta para nota de participação);
  - Justificativas diretamente com o professor.
- Falta em avaliação:
  - Com justificativa: será refeita.

# Considerações importantes

## Avaliações

- Quantas e quais:
  - Realizadas ao longo de todo o curso.
- Entregas fora do prazo:
  - Com justificativa: será recebida a avaliação.
- Atividades e trabalhos:
  - A maior parte, realizados em sala.

# Considerações importantes

## Material de aula

- Material de aula:
  - No Moodle ([moodle.ifsc.edu.br](http://moodle.ifsc.edu.br)).
  - Entregas (salvo contrário) em meio físico (exceto quando indicado).
- A falta de material inviabiliza as atividades em sala.
- Assiduidade do material conta pontos para a nota de participação.

# Considerações importantes

## Horários

- Horários serão seguidos rigorosamente.
- Evitaremos ao máximo saídas antecipadas.
- Saídas antecipadas equivalem a falta na aula.
- Horário:
  - Entrada: 19:00;
  - Saída: 22:00.

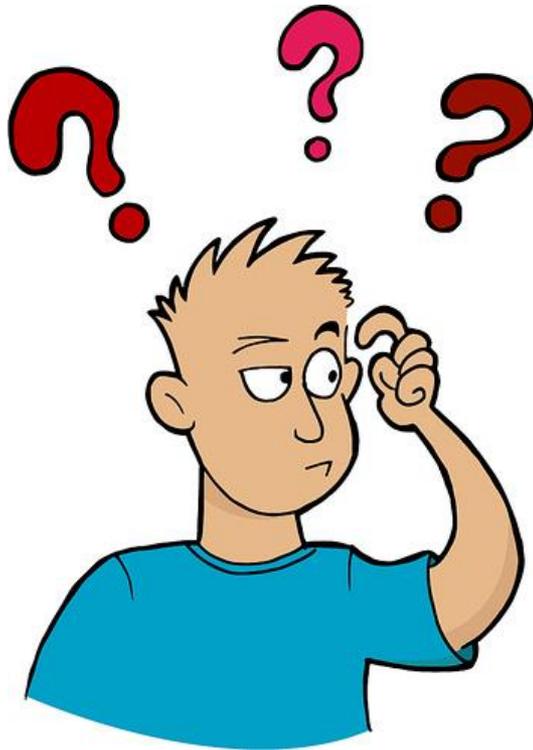
# Considerações gerais

- Presença e participação;



# Considerações gerais

- Cuidado com o “administrês”;



*A organização deve buscar a sua sustentabilidade implementando ações que tragam vantagem competitiva.*

*O ambiente muda cada vez mais rápido e as organizações devem ter uma capacidade alta de adaptação para reagir ao ambiente.*

*A sustentabilidade do negócio deve ser alcançada implementando ações de curto, médio e longo prazo. Dessa forma poderá ser alcançada vantagem competitiva.*

# Considerações gerais

- Muita leitura.



# Considerações gerais

- Procure chegar no horário.



# Considerações gerais

- Não deixe para última hora.  
Procure entregar no prazo.



# Considerações gerais

- Celular silencioso.



# Considerações gerais

- Computador apenas se muito necessário.

ESCREVER COM  
PAPEL E CANETA?!  
ISTO JÁ NÃO SE USA.



luis.veloso@netcabo.pt

# Considerações gerais

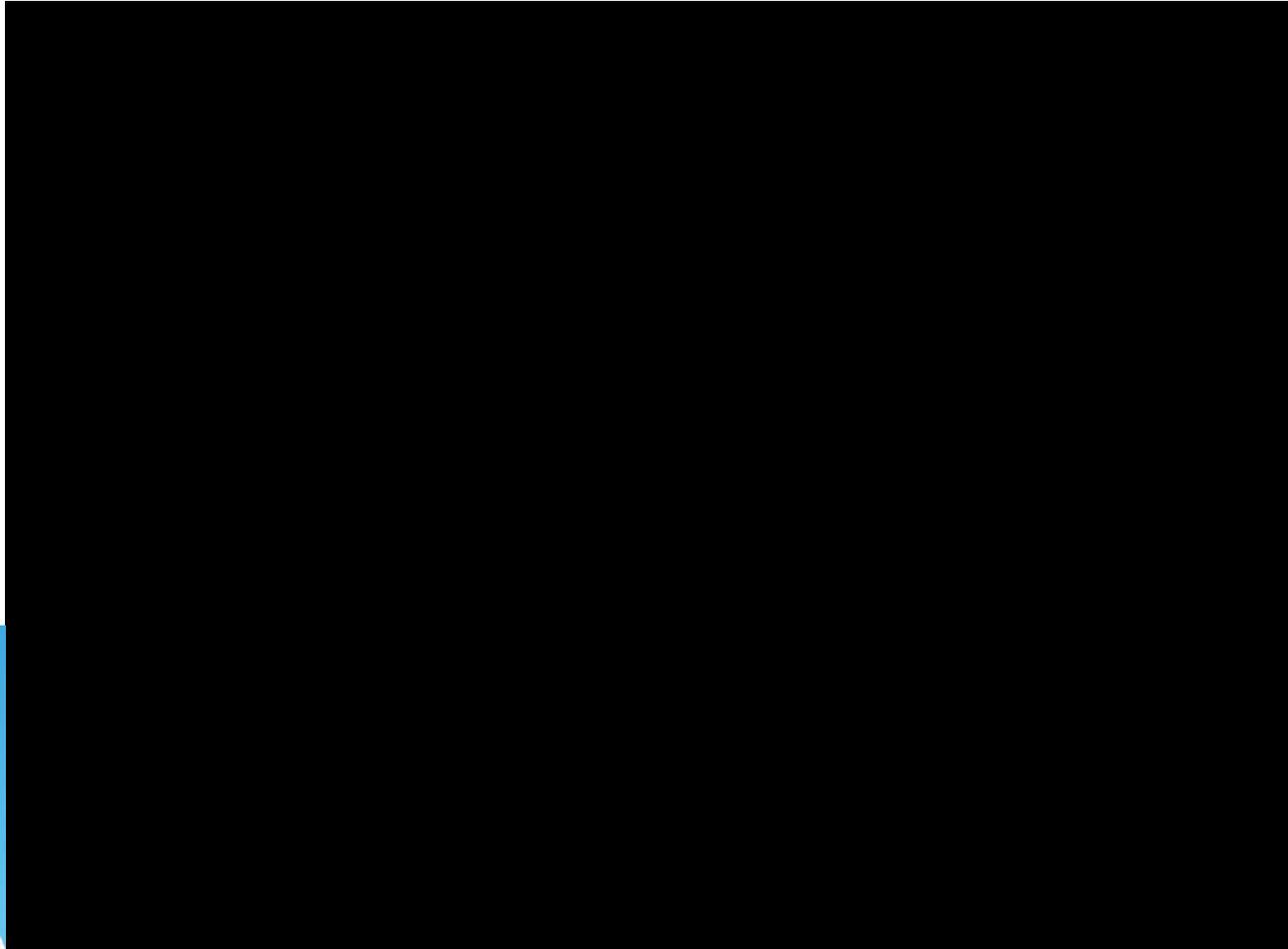
- Atenção durante as explicações.



# Considerações gerais

- Sem justificativas (um pouco da história de William Kamkwamba).

The story of how imagination and ingenuity can change a family, a village, and a nation.



# Considerações gerais

- Estudem (passa rápido!).



# Referências

LAGO, Samuel Ramos. **Conversas com quem gosta de aprender**. Campina Grande do Sul: Editora Lago, 2004.