EMENTA E PROGRAMA DE DISCIPLINA

CURSO: MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO			
NOME DA DISCIPLINA: Estratégia Empresarial			**CÓD.:** A039
TEMA DA DISCIPLINA: Estratégia Empresarial			
COMPONENTE:	☒ DISCIPLINA	☐ TÓPICOS ESPECIAIS	☐ SEMINÁRIO
Nº DE CRÉDITOS: 02	**CARGA HORÁRIA:** 30	**TIPO:** OPCIONAL	

EMENTA

Fundamentos da estratégia empresarial e do processo de administração estratégica. Análise do ambiente externo e interno; propósito, visão, missão, objetivos e posicionamento; fontes de vantagem competitiva e criação e captura de valor; formulação, implementação e controle da estratégia; capacidades dinâmicas, inovação, transformação digital, modelos de negócio, sustentabilidade e gestão de stakeholders. Integração entre pensamento estratégico, tomada de decisão e prática gerencial em contextos de mudança e incerteza.

OBJETIVOS

1. Compreender os conceitos, perspectivas e etapas do processo de administração estratégica.
2. Analisar ambientes externo e interno, identificando oportunidades, ameaças, recursos, capacidades e questões estratégicas relevantes.
3. Formular escolhas estratégicas coerentes com propósito, objetivos, posicionamento, vantagem competitiva e criação de valor.
4. Relacionar formulação, implementação e controle da estratégia a liderança, estrutura, cultura, decisões e práticas organizacionais.
5. Avaliar o papel das capacidades dinâmicas, da inovação, da transformação digital, da sustentabilidade e dos stakeholders na renovação estratégica.
6. Elaborar uma análise estratégica aplicada e um plano de ação com prioridades, indicadores e mecanismos de aprendizagem e revisão.

METODOLOGIA

Aulas expositivas dialogadas, leitura orientada de livros e artigos, análise de casos empresariais, debates sobre decisões estratégicas, aplicação de ferramentas de análise ambiental e interna, exercícios de cenários, simulações, seminários e oficinas de formulação e implementação. As atividades serão relacionadas a situações reais ou plausíveis do contexto profissional, estimulando o uso crítico de dados e evidências. Ao final, cada mestrando ou equipe apresentará um plano estratégico aplicado contendo diagnóstico, questão estratégica, alternativas, escolha, prioridades de implementação, indicadores e mecanismos de acompanhamento e revisão.

UNIDADES PROGRAMÁTICAS

1. Estratégia empresarial: conceitos, evolução, níveis de decisão e processo de administração estratégica.
2. Propósito, visão, missão, valores, objetivos e alinhamento estratégico.
3. Análise do ambiente externo: tendências, cenários, concorrência, indústria, oportunidades e ameaças.
4. Análise interna: recursos, competências, capacidades, cadeia de valor e fontes de diferenciação.
5. Vantagem competitiva, posicionamento, criação e captura de valor e escolhas estratégicas.
6. Estratégias de negócio, corporativas e funcionais; modelos de negócio e relações com ecossistemas.
7. Implementação e estratégia como prática: liderança, estrutura, cultura, governança, comunicação e execução.
8. Capacidades dinâmicas, agilidade e renovação estratégica: sensing, seizing e reconfiguring.
9. Inovação, transformação digital, dados, algoritmos, inteligência artificial e novos modelos de negócio.
10. Estratégia para sustentabilidade, ESG, engajamento de stakeholders e criação de valor responsável.
11. Controle estratégico, indicadores, desempenho, aprendizagem organizacional e adaptação.
12. Estudos de caso e elaboração de plano estratégico aplicado a uma organização ou unidade de negócio.

AVALIAÇÃO

1. Participação qualificada, preparação das leituras e contribuição nos debates e exercícios. 20%.
2. Análises de casos e diagnóstico estratégico de uma organização ou unidade de negócio. 20%.
3. Seminário sobre uma perspectiva contemporânea de estratégia, inovação, transformação digital ou sustentabilidade. 20%.
4. Plano estratégico aplicado, com apresentação oral, justificativa das escolhas e indicadores de implementação. 40%.

BIBLIOGRAFIA

ADOLPH, Jennifer; BECKMANN, Markus. Corporate sustainability strategy: From definitional ambiguity toward conceptual clarification. Business Strategy and the Environment, v. 33, n. 5, p. 4708–4729, 2024. DOI: https://doi.org/10.1002/bse.3722.

ALNUAIMI, Bader K.; SINGH, Sanjay K.; REN, Shuang; BUDHWAR, Pawan; VOROBYEV, Dmitriy. Mastering digital transformation: The nexus between leadership, agility, and digital strategy. Journal of Business Research, v. 145, p. 636–648, 2022. DOI: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.038.

ATTANASIO, Giovanna; PREGHENELLA, Nadia; DE TONI, Alberto Felice; BATTISTELLA, Cinzia. Stakeholder engagement in business models for sustainability: The stakeholder value flow model for sustainable development. Business Strategy and the Environment, v. 31, n. 3, p. 860–874, 2022. DOI: https://doi.org/10.1002/bse.2922.

CHIA, Robert C. H.; MACKAY, David. Strategy-In-Practices: A Process-Philosophical

Perspective on Strategy-Making. Cambridge: Cambridge University Press, 2023. 94 p. DOI: https://doi.org/10.1017/9781009099592.

DAVID, Fred R.; DAVID, Forest R.; DAVID, Meredith E. Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases. 18. ed. Pearson, 2023. ISBN 9780138168315. Disponível em: https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/strategic-management-a-competitive-advantage-concept-and-cases/P200000009871/9780138168315.

GOMES, Joana Marçal; CARVALHO, Fernando; ALVES, André; CABRAL, Ângelo. O impacto das capacidades gerenciais dinâmicas no desempenho global internacional. RAE – Revista de Administração de Empresas, v. 65, n. 6, e2023-0552, 2025. DOI: https://doi.org/10.1590/S0034-759020250605x.

GRANT, Robert M. Contemporary Strategy Analysis. 12. ed. Hoboken: John Wiley & Sons, 2024. ISBN 9781394251599.

HOLM, Casper Gamborg; KRINGELUM, Louise Brøns; ANAND, Amitabh. Creating effective strategy implementation: a systematic review of managerial and organizational levers. Review of Managerial Science, 2025. DOI: https://doi.org/10.1007/s11846-025-00880-3.

KEMP, Ayenda. Competitive advantage through artificial intelligence: Toward a theory of situated AI. Academy of Management Review, v. 49, n. 3, p. 618–635, 2024. DOI: https://doi.org/10.5465/amr.2020.0205.

KULICHYOVA, Anastasia; ISLAM, Nazrul; KAZANTSEV, Nikolai; WHITE, Leroy. Digital transformation in large established organisations: Four restructuring dilemmas based on dynamic capabilities. International Journal of Management Reviews, p. 1–30, 2025. DOI: https://doi.org/10.1111/ijmr.12395.

LEONARDI, Paul; NEELEY, Tsedal. The Digital Mindset: What It Really Takes to Thrive in the Age of Data, Algorithms, and AI. Boston: Harvard Business Review Press, 2022. 272 p. ISBN 9781647820107. Disponível em: https://store.hbr.org/product/the-digital-mindset-what-it-really-takes-to-thrive-in-the-age-of-data-algorithms-and-ai/10413.

LESO, Bernardo Henrique; CORTIMIGLIA, Marcelo Nogueira; GHEZZI, Antonio; MINATOGAWA, Vinicius. Exploring digital transformation capability via a blended perspective of dynamic capabilities and digital maturity: a pattern matching approach. Review of Managerial Science, v. 18, n. 4, p. 1149–1187, 2024. DOI: https://doi.org/10.1007/s11846-023-00692-3.

MELE, Gioconda; CAPALDO, Guido; SECUNDO, Giustina; CORVELLO, Vincenzo. Revisiting the idea of knowledge-based dynamic capabilities for digital transformation. Journal of Knowledge Management, v. 28, n. 2, p. 532–563, 2024. DOI: https://doi.org/10.1108/JKM-02-2023-0121.

NEGRÃO, Keila Regina Mota; GOMES, Sérgio Castro; CARVALHO, Mario Cesar dos Santos de; EMMENDOERFER, Magnus Luiz. Gestão estratégica para sustentabilidade. Revista de Administração Contemporânea, v. 28, n. 6, e240221, 2024. DOI: https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2024240221.por.

QIU, Xinlu; HOLMEN, Elsebeth; HAVENVID, Malena; DE BOER, Luitzen; HERMUNDSDOTTIR, Fanny. Open for business: Towards an interactive view on dynamic capabilities. Industrial Marketing Management, v. 107, p. 148–160, 2022. DOI: https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.09.027.

SOUZA FILHO, Marco; ALBERTIN, Alberto Luiz. Jornada da transformação digital: como as capacidades dinâmicas apoiam o uso estratégico dos benefícios da tecnologia da informação por meio de alianças. RAM – Revista de Administração Mackenzie, v. 25, n. 5, p. 1–33, 2024. DOI:

Universidade de Fortaleza

VRE
Vice-Reitoria de Ensino de Graduação e Pós-Graduação

@uniforcomunica

https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMG240162

unifor.br

Av. Washington Soares, 1321 — Bairro Edson Queiroz | Fone: (85) 3477 3000 | 60811-905 — Fortaleza-CE