



Componente Curricular: Exclusivo de curso (X)		Eixo Comum ()	Eixo Universal ()
Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - MKT E CRIAÇÃO		Núcleo Temático: PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS	
Nome do Componente Curricular: INTELIGÊNCIA COMPETITIVA		Código do Componente Curricular:	
Carga horária: 2 horas aula 32 h / 38 h/a	(x) Sala de aula () Laboratório () EaD	Etapa: 5	
<p>Ementa:</p> <p>Estudo dos conceitos estruturantes da Inteligência Competitiva nas organizações. Compreensão do contexto contemporâneo mercadológico no que tange a reorganização das empresas para adequação nos seus planos de interesse financeiro e organizacional, como: fusões, aquisições, acqui-hiring e joint ventures. Desenvolvimento de cenários globais amparados em elementos interdisciplinares da economia, administração, comunicação e marketing. Reflexão acerca do papel mercadológico no planejamento de ações de posicionamento de mercado e potencialização da marca para seus públicos de interesse, alicerçados nos princípios de gerenciamento de estudos de viabilidade e projeções mercadológicas para tomada de decisões do nível estratégico.</p>			
<p>Conteúdo Programático:</p> <p>O conceito estratégico da Inteligência Competitiva;</p> <p>Influência da análise macro nas estratégias de competitividade;</p> <p>Vetores de competitividade;</p> <p>Conceito contemporâneo da Organização Responsiva;</p> <p>Fatores diretos e indiretos de competitividade;</p> <p>Formação de Alianças Estratégicas como diferencial competitivo;</p> <p>Dinâmicas organizacionais: fusão, aquisição, acqui-hiring e joint ventures;</p> <p>Comportamento organizacional e relação com inteligência de mercado;</p> <p>Marca e identidade no cenário de consumo;</p> <p>Alinhamento da IC em cenários de crise econômica, política e social;</p> <p>Tendências estratégicas no cenário corporativo: governança corporativa e parcerias público privadas.</p>			



Sem	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas
1	Apresentação do conteúdo / unidades de trabalho	FIALHO, Francisco Antonio Pereira. Gestão do Conhecimento e Aprendizagem: As estratégias competitivas da sociedade São Paulo: Visual Books, 2017
2	O conceito estratégico da Inteligência Competitiva	GRACIOSO, Francisco. Marketing Estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado. São Paulo: Atlas, 2012
3	Relação com a comunicação, publicidade e marketing	GRACIOSO, Francisco. Marketing Estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado. São Paulo: Atlas, 2012
4	Influência da análise macro nas estratégias de competitividade	DALLACQUA, Clarisse Torens. Competitividade e Participação: São Paulo: Editora Annablume, 2015
5	Vetores de competitividade. Aspectos macros e micros organizacionais. Das organizações de grande porte à startups.	DALLACQUA, Clarisse Torens. Competitividade e Participação: São Paulo: Editora Annablume, 2015 DI SERIO, Luiz Carlos. Estratégia e Competitividade Empresarial: Inovação e Criação de Valor. São Paulo: Saraiva, 2009.
6	Conceito contemporâneo da Organização Responsiva	FIALHO, Francisco Antonio Pereira. Gestão do Conhecimento e Aprendizagem: As estratégias competitivas da sociedade São Paulo: Visual Books, 2017
7	Aplicabilidade nas estratégias organizacionais e mercadológicas	STADLER, Adriano. Desenvolvimento Gerencial, Estratégia e Competitividade. Curitiba: Intersaberes, 2015.
8	Fatores de Competitividade e Monitoramento da Concorrência	OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Administração Estratégica na Prática. São Paulo: Atlas, 2013
9	Formação de Alianças Estratégicas como diferencial competitivo	OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Administração Estratégica na Prática. São Paulo: Atlas, 2013 DALLACQUA, Clarisse Torens. Competitividade e Participação: São Paulo: Editora Annablume, 2015



10	Características principais das Alianças Estratégicas	GRACIOSO, Francisco. Marketing Estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado. São Paulo: Atlas, 2012. PROENÇA, Adriano. Gestão da Inovação e Competitividade no Brasil. São Paulo: Bookman, 2016.
11	Dinâmicas Organizacionais: fusão, aquisição, <i>acqui-hiring</i> e <i>joint ventures</i>	OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Administração Estratégica na Prática. São Paulo: Atlas, 2013. STADLER, Adriano. Desenvolvimento Gerencial, Estratégia e Competitividade. Curitiba: Intersaberes, 2015.
12	Comportamento Organizacional e relação com inteligência de mercado	FIALHO, Francisco Antonio Pereira. Gestão do Conhecimento e Aprendizagem: As estratégias competitivas da sociedade São Paulo: Visual Books, 2017
13	<i>Business Intelligence e Knowledge Management</i> (BI e KM)	FIALHO, Francisco Antonio Pereira. Gestão do Conhecimento e Aprendizagem: As estratégias competitivas da sociedade São Paulo: Visual Books, 2017
14	Marca e identidade no cenário estratégico de consumo	DI SERIO, Luiz Carlos. Estratégia e Competitividade Empresarial: Inovação e Criação de Valor. São Paulo: Saraiva, 2009. HASHIMOTO, Marcos. Espírito Empreendedor nas Organizações. São Paulo: Saraiva, 2013.
15	Alinhamento da IC em cenários de crise econômica, política e social	DALLACQUA, Clarisse Torens. Competitividade e Participação: São Paulo: Editora Annablume, 2015
16	Apresentação de Painel sobre Inteligência Competitiva – Parte I	GRACIOSO, Francisco. Marketing Estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado. São Paulo: Atlas, 2012. PROENÇA, Adriano. Gestão da Inovação e Competitividade no Brasil. São Paulo: Bookman, 2016
17	Apresentação de Painel sobre Inteligência Competitiva – Parte II	GRACIOSO, Francisco. Marketing Estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado. São Paulo: Atlas, 2012.



		PROENÇA, Adriano. Gestão da Inovação e Competitividade no Brasil. São Paulo: Bookman, 2016
18	Tendências estratégicas no cenário corporativo: governança corporativa e parcerias público privadas – Parte II	DALLACQUA, Clarisse Torens. Competitividade e Participação: São Paulo: Editora Annablume, 2015. DI SERIO, Luiz Carlos. Estratégia e Competitividade Empresarial: Inovação e Criação de Valor. São Paulo: Saraiva, 2009.
19	Tendências estratégicas no cenário corporativo: governança corporativa e parcerias público privadas – Parte II	DALLACQUA, Clarisse Torens. Competitividade e Participação: São Paulo: Editora Annablume, 2015. DI SERIO, Luiz Carlos. Estratégia e Competitividade Empresarial: Inovação e Criação de Valor. São Paulo: Saraiva, 2009.
20	Aplicação SUB	Bibliografia Básica e Complementar do componente.
21	Aplicação PF	Bibliografia Básica e Complementar do componente

Bibliografia Básica:

FIALHO, Francisco Antonio Pereira. Gestão do Conhecimento e Aprendizagem: As estratégias competitivas da sociedade São Paulo: Visual Books, 2017.

GRACIOSO, Francisco. Marketing Estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado. São Paulo: Atlas, 2012.

PROENÇA, Adriano. Gestão da Inovação e Competitividade no Brasil. São Paulo: Bookman, 2016.

Bibliografia Complementar:

DALLACQUA, Clarisse Torens. Competitividade e Participação: São Paulo: Editora Annablume, 2015. DI SERIO, Luiz Carlos. Estratégia e Competitividade Empresarial: Inovação e Criação de Valor. São Paulo: Saraiva, 2009.

HASHIMOTO, Marcos. Espírito Empreendedor nas Organizações. São Paulo: Saraiva, 2013.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Administração Estratégica na Prática. São Paulo: Atlas, 2013.

STADLER, Adriano. Desenvolvimento Gerencial, Estratégia e Competitividade. Curitiba: Intersaberes, 2015.