|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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 | |
| Ementa:  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. | | | |
| Conteúdo Programático:  O conceito estratégico da Inteligência Competitiva;  Influência da análise macro nas estratégias de competitividade;  Vetores de competitividade;  Conceito contemporâneo da Organização Responsiva;  Fatores diretos e indiretos de competitividade;  Formação de Alianças Estratégicas como diferencial competitivo;  Dinâmicas organizacionais: fusão, aquisição, *acqui-hiring e joint ventures*;  Comportamento organizacional e relação com inteligência de mercado;  Marca e identidade no cenário de consumo;  Alinhamento da IC em cenários de crise econômica, política e social;  Tendências estratégicas no cenário corporativo: governança corporativa e parcerias público privadas.   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **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, *acqui-hiring e joint ventures* | 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** | *Business Inteligence e Knowledge Management*(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. | | | |