

1. CURSO GESTÃO DE SAÚDE

1.1 Ementa

O que mudou no ambiente de negócios em Saúde. Ecossistemas de Inovação. O que é Estratégia? Gestão Estratégica em Saúde. Elaboração do Plano Estratégico. Definição do Negócio. Canvas – *Business Model Generation*. Norteadores Estratégicos. Análise do ambiente externo. *Design Thinking*. Análise macro ambiental. Análise micro ambiental. Análise de Oportunidades e Ameaças. Elaboração da matriz *swot*. Análise cruzada da matriz *swot*. Formulação da Estratégia competitiva e cadeia de valor. Implantação e Controle. *Balanced Scorecard* e Plano de ação .

1.2 Carga horária total

30 horas-aula

1.3 Objetivos

1.3.1. Gerais

Proporcionar uma visão estratégica da organização de saúde, entendendo a melhor maneira de construir o modelo de negócios ideal, desenvolver as competências necessárias e ser capaz de atuar de forma proativa às principais oportunidades e ameaças do ambiente externo, buscando o equilíbrio entre as expectativas da empresa e de seus principais públicos interessado.

1.3.2 Específicos

Proporcionar uma visão estratégica da organização de saúde, capacitando os participantes a buscar as melhores oportunidades no ambiente competitivo para obter os melhores resultados, superando os concorrentes.

Contextualizar as mudanças no ambiente de negócios e na indústria em que a organização atua, abordando e trabalhando os fatores que modificaram o cenário competitivo.

Apresentar, aos participantes, ferramentas de planejamento estratégico orientadas para o resultado.

Entender a comunicação e implementação da estratégia nos níveis táticos e operacionais alinhada à estratégia corporativa.

1.4 Conteúdos programáticos

O ambiente de negócios – Mudanças	<p>Ao final desta unidade, você deverá ser capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Reconhecer as principais mudanças que impactaram o ambiente de negócios;▪ Compreender o modelo de gestão estratégica competitiva;▪ Conhecer a metodologia de implantação do modelo
-----------------------------------	---

Design de negócios e norteadores estratégicos	<p>Ao final desta unidade, você deverá ser capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desenvolver o canvas do modelo de negócio de sua organização; ▪ Compreender a importância dos norteadores estratégicos.
Análise Ambiental / <i>Design Thinking</i>	<p>Ao final desta unidade, você deverá ser capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entender o impacto do macroambiente sobre a sua organização; ▪ Saber como a rivalidade entre os concorrentes é afetada pelos clientes, produtos substitutos e novos entrantes; ▪ Identificar as forças e fraquezas da organização, bem como as oportunidades e ameaças do ambiente externo.
Estudo de Caso	<p>Ao final desta unidade, você deverá ser capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entender as orientações estratégicas disponíveis para a sua organização; ▪ Ser capaz de desenhar a melhor formulação estratégica; ▪ Compreender o desenho do mapa estratégico segundo o <i>Balanced Scorecard</i>.

1.5 Metodologia em sala de aula

Slides expositivos, orientação de debates em sala de aula e apresentação de estudos de caso.

1.6 Avaliação

- A avaliação de desempenho acadêmico é feita por componente curricular, incidindo sobre a participação e o aproveitamento acadêmico. A participação nas atividades acadêmicas avaliativas, permitida apenas aos discentes que farão aproveitamento para curso de pós-graduação, é obrigatória neste caso.
- Respeitada a participação, a verificação do desempenho acadêmico é realizada por um conjunto de, no mínimo, 2 (duas) avaliações que compõem a Nota Final da disciplina.
- As avaliações são, assim, distribuídas para composição da Nota Final - NF:

- a) 1ª Nota Parcial (NP1): avaliação das atividades de avaliação on-line com peso de 0,3 sobre a nota final;
- b) 2ª Nota Parcial (NP2): avaliação dos trabalhos realizados, com peso de 0,7 sobre a nota final, a serem enviados em até 30 dias após o término da disciplina.
- A Nota Final é a média ponderada das notas NP1 e NP2, conforme apresentado a seguir:
$$NF = (NP1 \times 0,3) + (NP2 \times 0,7)$$

Para aprovação no componente curricular, o discente deve obter, no mínimo, nota 7,0 (sete) como Nota Final (NF)

1.7 Bibliografia recomendada

1.7.1 Básica

PORTER, Michael. **Estratégia competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

SARACENI, Marcelo; RODRIGUES, Marcus. **Concebendo Estratégias e Planos**. Rio de Janeiro: Caso, 2021.

HITT, Michael A.; IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E. **Administração estratégica**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007.

1.7.2 Complementar

PORTER, Michael E. **Vantagem Competitiva: Criando e Sustentando um Desempenho Superior**. 27ª. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. **Safári de estratégias**. Porto Alegre: Bookman, 2003

KIM, W. Chan; MALBOURGNE, Renée. **A estratégia do oceano azul**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation**, Inovação em Modelos de Negócios. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2011.

GEMAWATH, P. **A Estratégia e o Cenário de Negócios**. 2 ed. Porto Alegre, Bookman, 2012

2. CURRICULUM VITAE DO PROFESSOR (“SHORT BIO”)

Marcelo Saraceni Nunes é Mestre em Administração ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, Portugal, MBA em gestão empresarial FGV – Fundação Getúlio Vargas, MBA em Recursos Humanos – FIAA/Esad Escola de Administração e Negócios, Formações internacionais na Stanford University, Ohio University, Universidad Autónoma de Barcelona e Mondragon Unibersitatea. Foi Presidente e é atualmente Vice-Presidente da Associação Brasileira de Instituições de Pós-graduação, Sócio-Fundador na Esad- Escola de Administração e Negócios e Esad Consultoria e da I9Heb. Foi Coordenador de pós-graduação na Esad, IPOG e IBE e de Programas internacionais na Universitat Autònoma de Barcelona (Espanha) e Mondragón Unibersitatea (Euskadi). Consultor e/ou Conselheiro em importantes grupos empresarias, educacionais, de saúde, tecnologia, bancos, Prefeituras entre outras. Professor de Estratégia, Marketing e Inovação na FGV, ESAD, IPOG, BBS, Fundação Dom Cabral entre outras. Consultor de empresas e organizações diversas em Pós-graduação, Planejamento estratégico, Marketing, Relações Institucionais e Governamentais, Inovação e Análise ambiental. Autor do livro “Concebendo Estratégias e Planos”.