



Prof. Taciano Balardin
tacianobalardin@gmail.com



E-MAIL:

taciano@ulbra.edu.br



SITE DA DISCIPLINA:

<http://www.taciano.pro.br/>

SENHA:

[@segunda](#)

Evolução da Teoria e da Prática nas Organizações (encerramento)

Nome, imagem e justificativa dos grupos de trabalho

Análise Organizacional

- Análise do Contexto e Histórico Organizacional
- Análise Estratégica e de Ambiente

AULA 05

Evolução da Teoria e da Prática nas Organizações:

1. Escola Clássica;
2. Escola de Relações Humanas;
3. Abordagem Estruturalista;
- 4. Abordagem de Sistemas Abertos;**
- 5. Abordagem Contingencial.**

Arrependimentos na história da tecnologia

- Samsung teve a oportunidade de comprar o Android, mas rechaçou a ideia e menosprezou seu criador, Andy Rubin.
- Pouco tempo depois, o Google comprou o sistema por US\$ 50 milhões e hoje a plataforma é a mais utilizada por dispositivos móveis no mundo.



Arrependimentos na história da tecnologia

- Em 2006 o Yahoo quase fechou negócio para comprar o Facebook. O então CEO (Chief Executive Officer) da empresa, Terry Semel, se reuniu com Mark Zuckerberg e estipulou o preço de compra em US\$ 1 bilhão, e de imediato a negociação seria feita.
- No entanto, não se sabe exatamente o que aconteceu para a oferta não ter sido concluída, mas especula-se que o CEO do Facebook tenha pedido um pouco mais pela rede social e Semel se negou a rever o valor.

The logo for Yahoo!, featuring the word "YAHOO!" in a purple, serif font with a registered trademark symbol.

Arrependimentos na história da tecnologia

- Em 1999, ainda como parte de um projeto universitário, Larry Page e Sergey Brin tentaram vender seu “Google” para a empresa Excite. Os dois achavam que o projeto tomava muito tempo dos estudos e pediram US\$ 1 milhão para vender sua criação. O então CEO da Excite, George Bell, recusou a oferta. Page e Brin até mesmo aceitaram baixar o preço para US\$ 750 mil, mas a proposta também foi rejeitada.
- Hoje, estima-se que o Google tenha um valor de mercado de US\$ 280 bilhões. Já a Excite, foi comprada depois de alguns anos pela empresa atualmente responsável pelo site “Ask.com”.



Arrependimentos na história da tecnologia

- Em 2005 a gigante News Corp., do magnata Rupert Murdoch, comprou o MySpace por US\$ 580 milhões, no que pareceu uma grande sacada da empresa.
- Mas falhas na administração e gestão da marca e com o crescimento do Facebook, o MySpace perdeu espaço entre os usuários e decaiu. Hoje, a News Corp. faria tudo para conseguir repassar a rede social por míseros US\$ 50 milhões.



Arrependimentos na história da tecnologia

- Em 2005, o Google comprou o Dodgeball, uma promissora ferramenta para check-ins, quando o mesmo ainda não era popular. No entanto, em 2009 o Google encerrou o projeto sem ter realizado nenhum avanço na plataforma.
- O então criador do Dodgeball, Dennis Crowley, deixou o Google para fundar o Foursquare — hoje com valor de mercado estipulado em US\$ 500 milhões.



Arrependimentos na história da tecnologia

- O fundador da Atari, Nolan Bushnell, recusou a oportunidade de investir US\$ 50 mil em uma recém-criada empresa chamada Apple.
- Bushnell conhecia Steve Jobs e foi o seu primeiro chefe, quando o fundador da Apple trabalhou um período na Atari.
- Se tivesse aceitado, Bushnell seria dono de um terço da empresa — que hoje vale cerca de US\$ 400 bilhões.



Arrependimentos na história da tecnologia

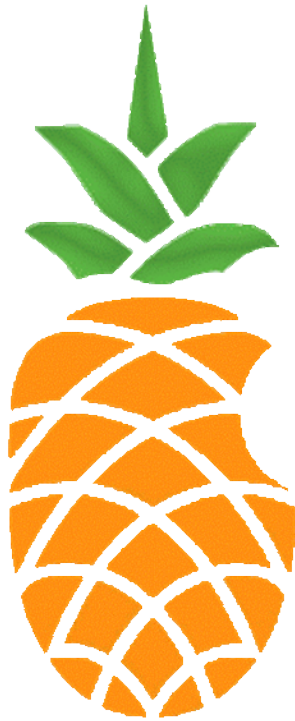
- Em 2008, o então CEO do Yahoo Jerry Yang recusou uma oferta de compra da Microsoft no valor de US\$ 44,6 bilhões (US\$ 31 por ação). Muitos acionistas ficaram descontentes e tentaram pressionar o Yahoo a aceitar a proposta. O que se viu a seguir foi uma queda exponencial de valor do Yahoo no mercado.
- A reviravolta só ocorreu em meados de 2012, quando a ex-funcionária do Google, Marissa Mayer, foi nomeada CEO do Yahoo e conseguiu resgatar a credibilidade da empresa, que hoje tem ações valendo cerca de US\$ 20.

The logo for Yahoo!, featuring the word "YAHOO!" in a bold, purple, sans-serif font.



Análise Organizacional

EQUIPES DE TRABALHO



Pineapple

André
Leonardo
Lucas Ellwanger
Lucas Machado (L)
Isabelle

“O objetivo do nome do grupo foi satirizar a empresa APPLE, colocando o nome de outra fruta em inglês, já que a palavra apple significa maçã na língua inglesa. A escolha por pineapple que significa abacaxi em inglês, foi dada pela semelhança com o nome da poderosa empresa norte-americana.”



Giovani (L)

José Amaral

Marcelo

Nauber

Renato

“O nome escolhido foi infoMATE, pois leva info, de informação, e mate, que é a erva utilizada no chimarrão. Ou seja, é um grupo gaúcho da área de tecnologia.”

Fora do padrão.

KEY



Hiury
José Lisboa
Matheus (L)
Ricardo
Guilherme

~~Equipe não enviou a justificativa.~~

[Análise Organizacional - Equipe Branca]



Inbox x

ULBRA x



Matheus Sousa

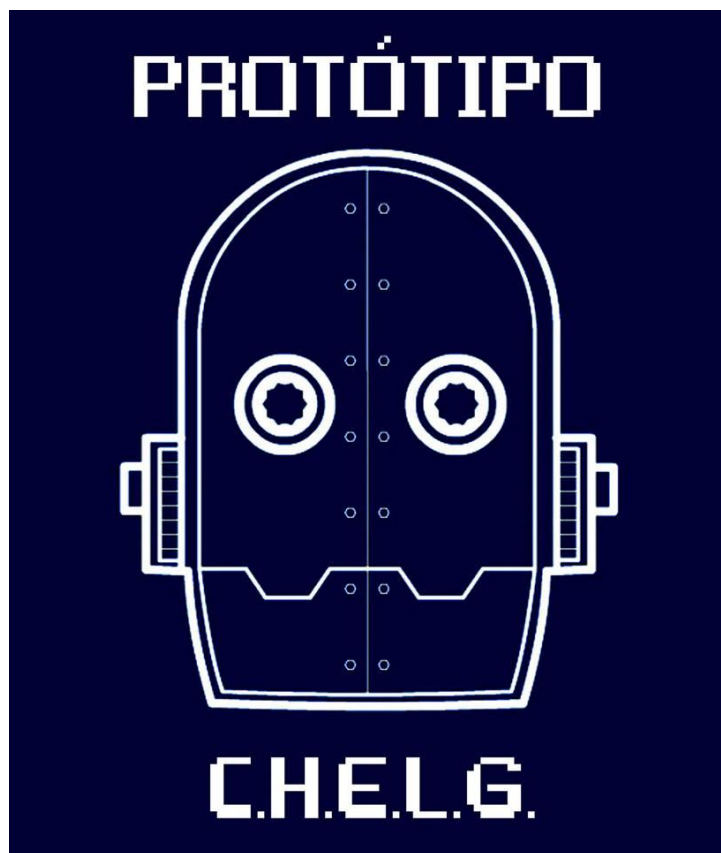
11:59 PM (10 hours ago) ☆



to taciano ▾

“Analogia da palavra 'Key' (que pode significar tecla ou chave) para utilizar a tecla como uma chave de acesso para a Tecnologia de Informação.”

Fora do padrão.



Cristian
Elton (L)
Giulia
Henrique
Leomar

“A sigla é composta pelas iniciais de cada nome dos integrantes do grupo. CRISTIAN, HENRIQUE, ELTON, LEOMAR, GIULIA. Protótipo: Significa grupo em fase de teste. O robô representa a comutação (A comutação é o processo de interligar dois ou mais pontos entre si). Um grupo que interliga as suas ideias.”

BRAINSTORMING



Cássio Jaques, Evandro Ellwanger, Daniel Cazarotto,
Natália Guidugli, Aureo Machado

Aureo
Cássio (L)
Daniel
Evandro
Natália

“Decidimos escolher este nome pois esta técnica propões que um grupo de pessoas se reúnam e utilizem seus pensamentos e ideias para que possam chegar a um denominador comum, a fim de gerar ideias inovadoras que levem um determinado projeto adiante”

Avaliação (1000 pontos)

Equipe	Nome	Imagem	Justificativa	Criatividade	Total
Brainstorming	250	200	250	225	925
InfoMATE	250	250	200	250	950
Key	250	200	200	250	900
PineApple	250	225	250	250	975
Protótipo C.H.E.L.G.	250	200	250	250	950

Tabela

Equipe		Pontuação
1º	PineApple	975
2º	Protótipo C.H.E.L.G.	950
3º	InfoMATE	950
4º	Brainstorming	925
5º	Key	900

Análise

- O que é Análise?

- De acordo com o dicionário:

“exame minucioso de uma coisa em cada uma das suas partes”;

- De acordo com a Wikipédia:

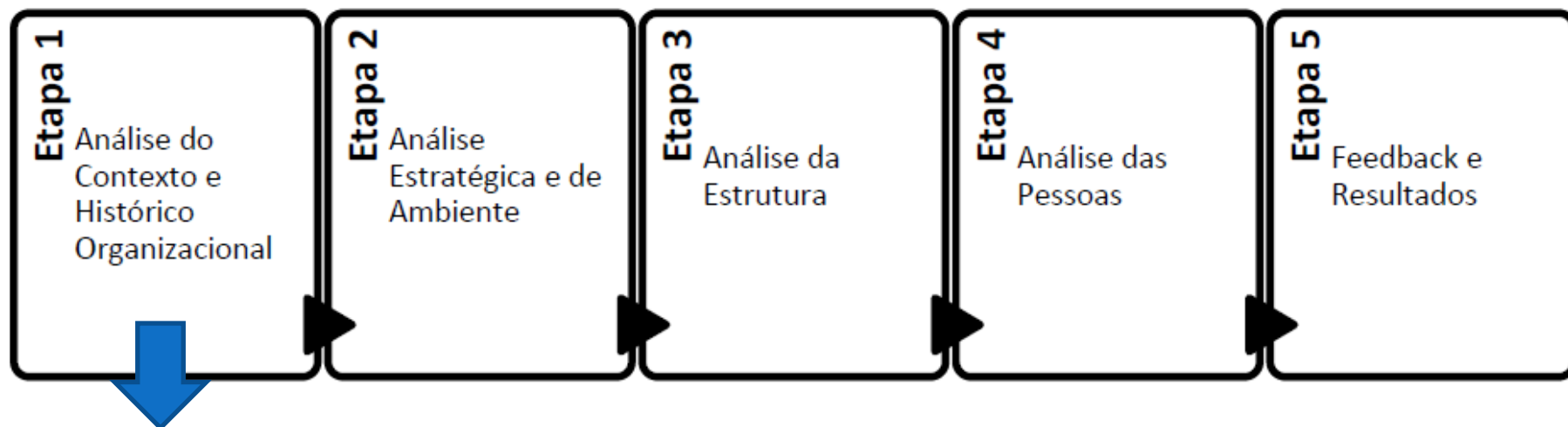
“é o processo de decomposição de uma substância ou tópico complexo em seus diversos elementos constituintes, a fim de se obter uma melhor compreensão sua”.

- Análise Organizacional?

- Verificar (analisar) todas as partes da organização, buscando todas as informações possíveis para chegar em um melhor resultado.

Análise Organizacional

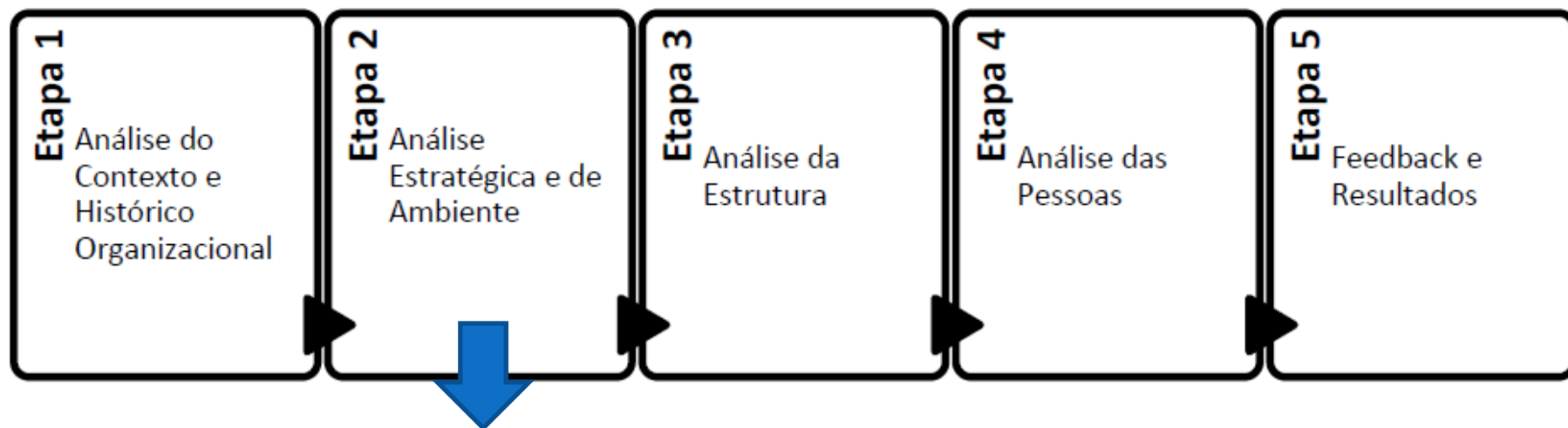
- É possível dividi-la em 5 etapas:



- Verificar em que contexto se encontra a empresa. Qual o histórico da empresa, qual sua atividade principal, por quais problemas e situações a empresa tem passado e quais são seus planos atuais, são informações muito relevantes para a análise organizacional.

Análise Organizacional

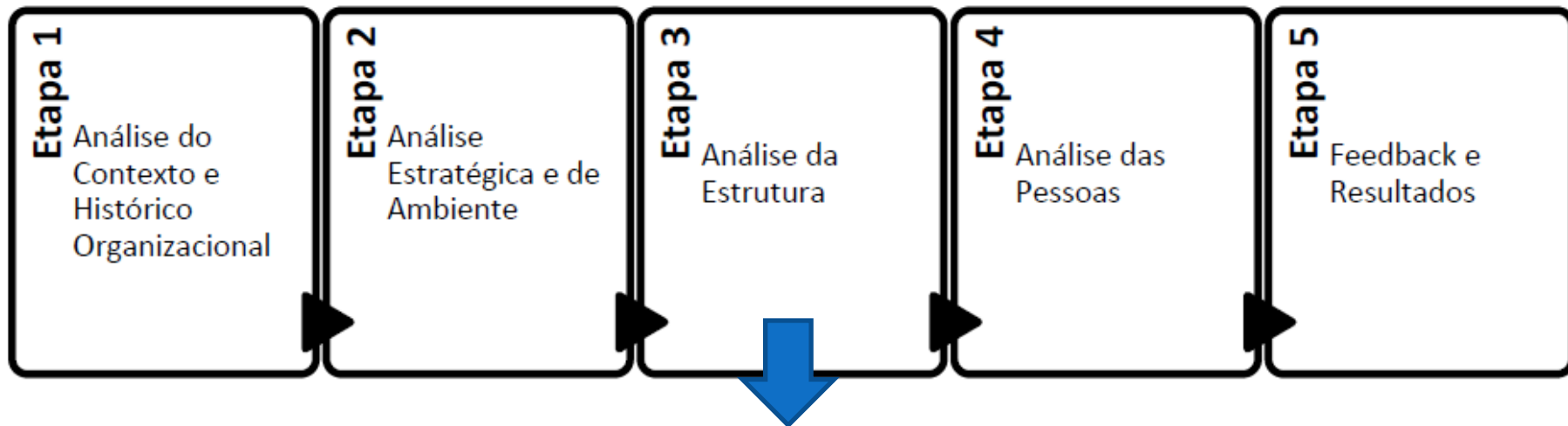
- É possível dividi-la em 5 etapas:



- Aqui evidenciamos os planos da organização. Diretrizes organizacionais, objetivos, estratégias, foco, definição da Missão, Visão e Valores;
- Formulação e implementação de estratégias.

Análise Organizacional

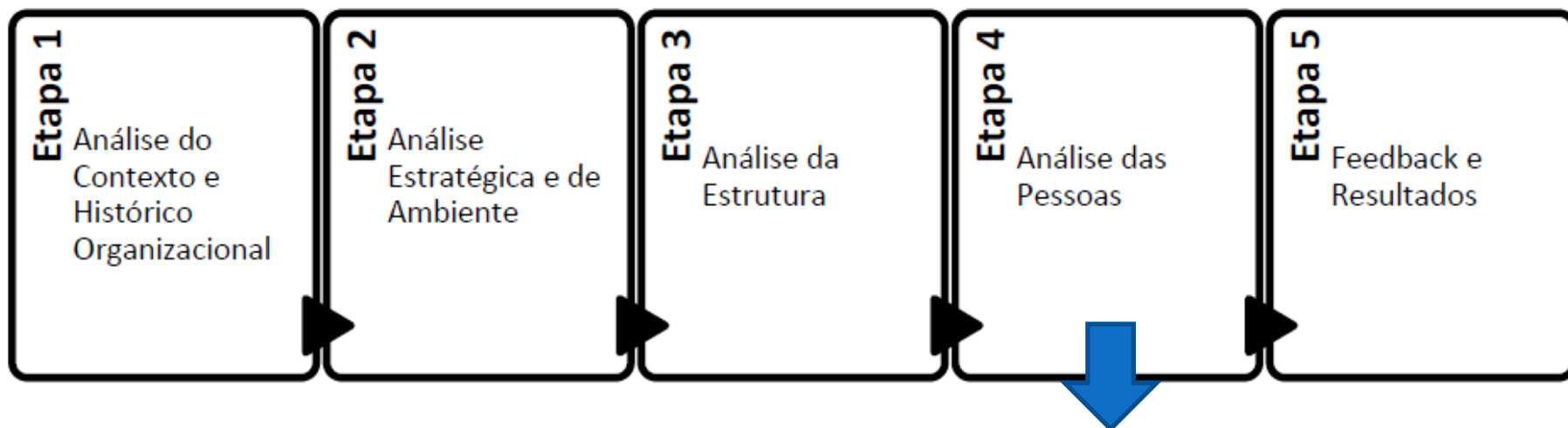
- É possível dividi-la em 5 etapas:



- Nessa etapa fazemos o estudo interno da organização. Verifica-se a estrutura, os processos, a hierarquia, a tecnologia empregada e as relações com o ambiente. É a hora de analisar o funcionamento da organização, verificando tecnologias e processos.

Análise Organizacional

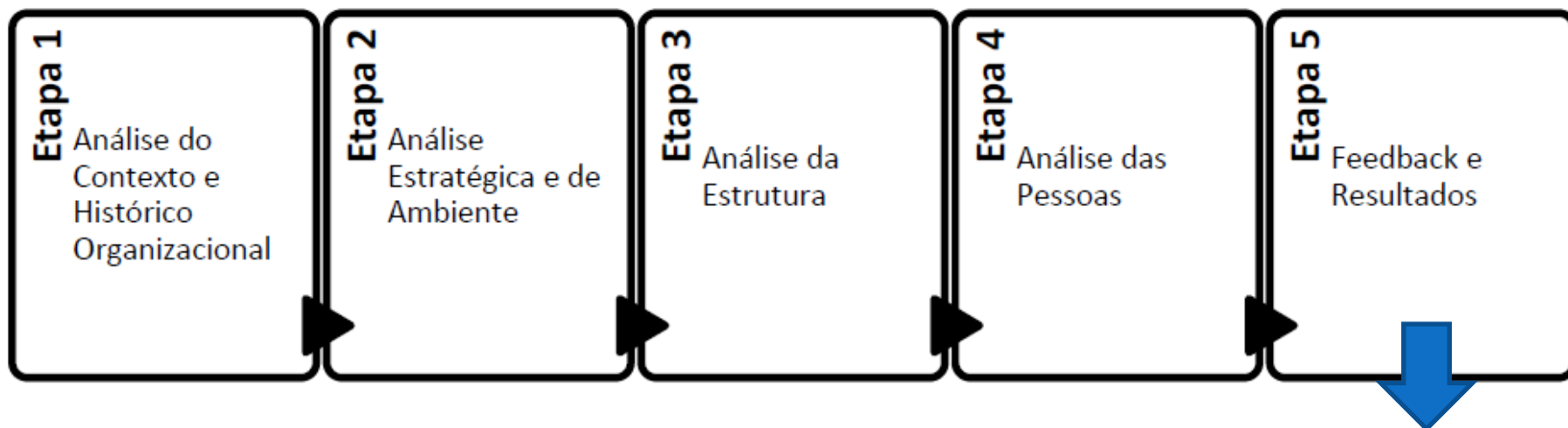
- É possível dividi-la em 5 etapas:



- Hora de averiguar se os colaboradores estão sincronizados com os ideais da organização, focos, metas e objetivos, se a cultura organizacional condiz com a estrutura da organização. Aqui é feito o estudo das relações interpessoais e da relação colaborador-organização-colaborador.

Análise Organizacional

- É possível dividi-la em 5 etapas:



- Com todas as informações coletadas, dá-se início a análise final dos dados, elaboração dos resultados e do feedback.

Análise do Contexto e Histórico Organizacional

- Analisar o contexto da organização:
 - Raízes históricas;
 - Crises;
 - Dificuldades;
 - Problemas internos, normas, regras, código de ética;
 - Trocas de Liderança.

- Instrumentos para levantamento de informações:
 - Entrevistas;
 - Questionários;
 - Observações Pessoais.

Análise do Ambiente

- Organizações são sistemas abertos;
- As organizações precisam responder ao ambiente com rapidez e eficiência, para isso é necessário conhecê-lo.

Ambiente Geral (macro)

- Aspectos que podem não ter impacto direto nas operações diárias da organização, mas têm influência indireta sobre ela.
- Constituído por forças indiretas do ambiente externo:
 - **Fatores tecnológicos;**
 - Fatores políticos e legais;
 - Fatores econômicos;
 - Fatores internacionais;
 - Fatores socioculturais;
 - Fatores demográficos;
 - Fatores ecológicos.

Ambiente Geral (macro)

- Aspectos que podem não ter impacto direto nas operações diárias da organização, mas têm influência indireta sobre ela.
- Constituído por forças indiretas do ambiente externo:
 - Fatores tecnológicos;
 - **Fatores políticos e legais;**
 - Fatores econômicos;
 - Fatores internacionais;
 - Fatores socioculturais;
 - Fatores demográficos;
 - Fatores ecológicos.

Ambiente Geral (macro)

- Aspectos que podem não ter impacto direto nas operações diárias da organização, mas têm influência indireta sobre ela.
- Constituído por forças indiretas do ambiente externo:
 - Fatores tecnológicos;
 - Fatores políticos e legais;
 - **Fatores econômicos;**
 - Fatores internacionais;
 - Fatores socioculturais;
 - Fatores demográficos;
 - Fatores ecológicos.

Ambiente Geral (macro)

- Aspectos que podem não ter impacto direto nas operações diárias da organização, mas têm influência indireta sobre ela.

- Constituído por forças indiretas do ambiente externo:
 - Fatores tecnológicos;
 - Fatores políticos e legais;
 - Fatores econômicos;
 - **Fatores internacionais;**
 - Fatores socioculturais;
 - Fatores demográficos;
 - Fatores ecológicos.

Ambiente Geral (macro)

- Aspectos que podem não ter impacto direto nas operações diárias da organização, mas têm influência indireta sobre ela.
- Constituído por forças indiretas do ambiente externo:
 - Fatores tecnológicos;
 - Fatores políticos e legais;
 - Fatores econômicos;
 - Fatores internacionais;
 - **Fatores socioculturais;**
 - Fatores demográficos;
 - Fatores ecológicos.

Ambiente Geral (macro)

- Aspectos que podem não ter impacto direto nas operações diárias da organização, mas têm influência indireta sobre ela.

- Constituído por forças indiretas do ambiente externo:
 - Fatores tecnológicos;
 - Fatores políticos e legais;
 - Fatores econômicos;
 - Fatores internacionais;
 - Fatores socioculturais;
 - **Fatores demográficos;**
 - Fatores ecológicos.

Ambiente Geral (macro)

- Aspectos que podem não ter impacto direto nas operações diárias da organização, mas têm influência indireta sobre ela.
- Constituído por forças indiretas do ambiente externo:
 - Fatores tecnológicos;
 - Fatores políticos e legais;
 - Fatores econômicos;
 - Fatores internacionais;
 - Fatores socioculturais;
 - Fatores demográficos;
 - **Fatores ecológicos.**

Ambiente de Tarefas (micro)

- Determina o local mais direto onde uma organização específica deve atuar.
- Constituído pelos seguintes elementos:
 - **Consumidores ou Usuários;**
 - Fornecedores de Recursos;
 - Concorrentes Comerciais;
 - Agentes Reguladores.

Ambiente de Tarefas (micro)

- Determina o local mais direto onde uma organização específica deve atuar.
- Constituído pelos seguintes elementos:
 - Consumidores ou Usuários;
 - **Fornecedores de Recursos;**
 - Concorrentes Comerciais;
 - Agentes Reguladores.

Ambiente de Tarefas (micro)

- Determina o local mais direto onde uma organização específica deve atuar.
- Constituído pelos seguintes elementos:
 - Consumidores ou Usuários;
 - Fornecedores de Recursos;
 - **Concorrentes Comerciais;**
 - Agentes Reguladores.

Ambiente de Tarefas (micro)

- Determina o local mais direto onde uma organização específica deve atuar.
- Constituído pelos seguintes elementos:
 - Consumidores ou Usuários;
 - Fornecedores de Recursos;
 - Concorrentes Comerciais;
 - **Agentes Reguladores.**

Ambiente Interno

- O ambiente interno envolve os proprietários das organizações, funcionários, gerentes e o ambiente físico de trabalho.
 - **Proprietário;**
 - Funcionários;
 - Gerentes;
 - Ambiente Físico.

Ambiente Interno

- O ambiente interno envolve os proprietários das organizações, funcionários, gerentes e o ambiente físico de trabalho.
 - Proprietário;
 - **Funcionários;**
 - Gerentes;
 - Ambiente Físico.

Ambiente Interno

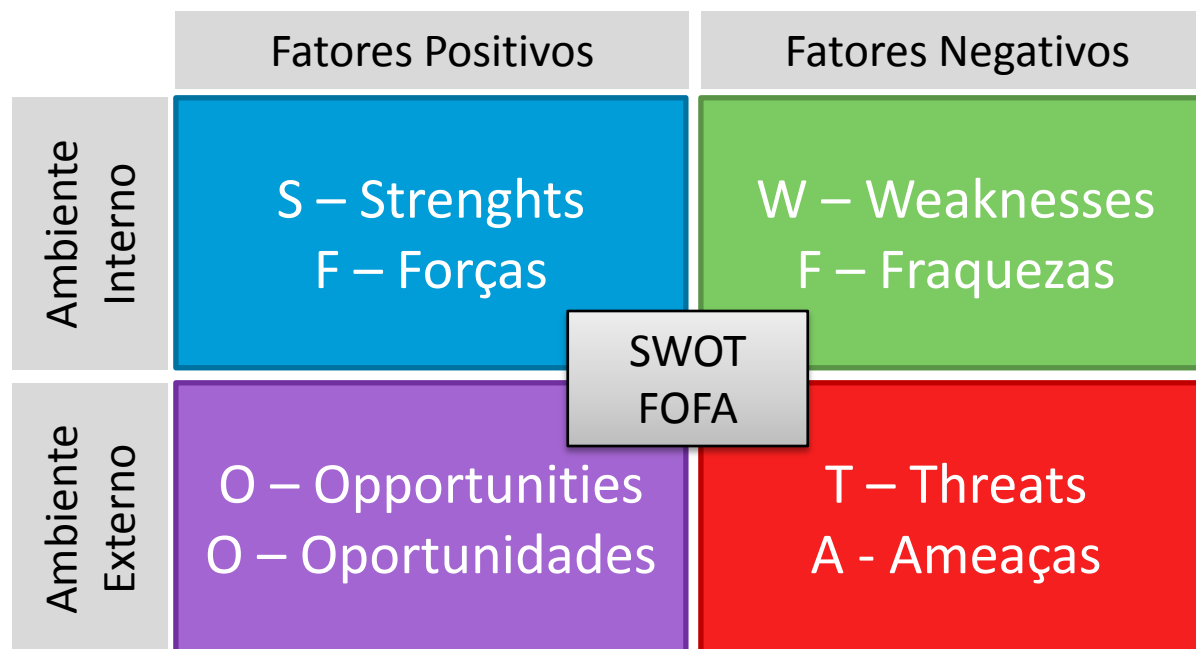
- O ambiente interno envolve os proprietários das organizações, funcionários, gerentes e o ambiente físico de trabalho.
 - Proprietário;
 - Funcionários;
 - **Gerentes;**
 - Ambiente Físico.

Ambiente Interno

- O ambiente interno envolve os proprietários das organizações, funcionários, gerentes e o ambiente físico de trabalho.
 - Proprietário;
 - Funcionários;
 - Gerentes;
 - **Ambiente Físico.**

Análise SWOT

- O termo **SWOT** tem origem nas palavras em inglês:



- O objetivo principal da SWOT é auxiliar na definição de estratégias para manter pontos fortes, reduzir a intensidade de pontos fracos, aproveitando oportunidades e protegendo-se de ameaças.

Etapas da Análise SWOT

1. Dividir o cenário empresarial em duas partes

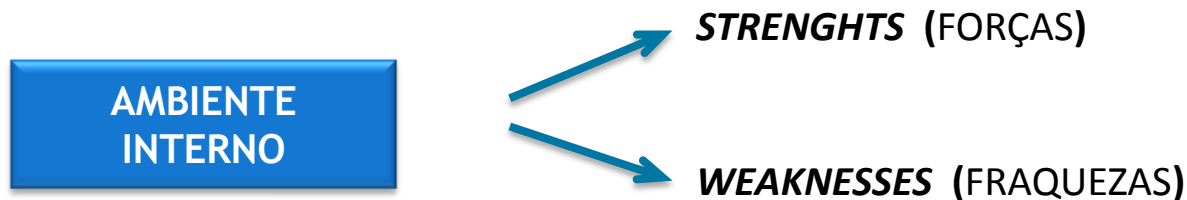
- Com o objetivo de entender melhor o cenário em que a empresa está inserida, é necessário dividi-lo em:
 - Ambiente externo;
 - Ambiente Interno.



Etapas da Análise SWOT

2. Definir o Ambiente Interno

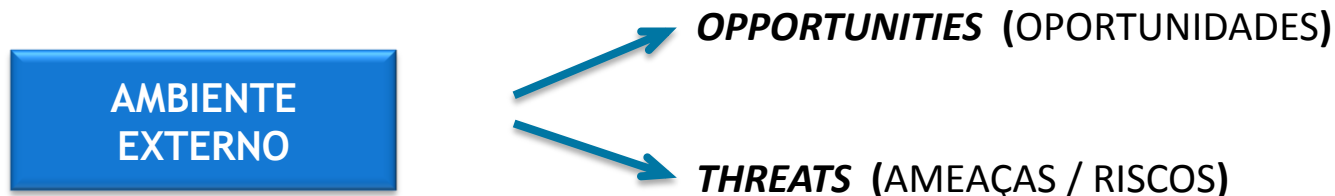
- No ambiente interno, é necessário determinar as forças e fraquezas de uma companhia em comparação com outras empresas do mesmo ramo de atuação.
- Ex: as forças e fraquezas podem ser medidas diante da quantidade e qualidade de recursos de uma empresa em relação aos concorrentes, como mão de obra qualificada e receita.



Etapas da Análise SWOT

3. Definir o Ambiente Externo

- As oportunidades e ameaças estão dentro do chamado ambiente externo. Elas variam de acordo com o mercado em que o empreendimento está inserido.
- Por exemplo, uma oportunidade para uma empresa é o crescimento do setor do qual faz parte e o surgimento de novos nichos de consumidores. Já as ameaças podem ser a expansão ou o lançamento de novas tecnologias por uma concorrente do mesmo segmento.



Etapas da Análise SWOT

4. Colocar os dados em formato de diagrama

- Determinados os dados do ambiente interno e do ambiente externo, colocam-se as informações numa tabela 2x2, com duas colunas e duas linhas.

	Fatores Positivos	Fatores Negativos
Ambiente Interno	S – Strengths F – Forças	W – Weaknesses F – Fraquezas
Ambiente Externo	O – Opportunities O – Oportunidades	T – Threats A – Ameaças

Exemplo Livraria Virtual

	Fatores Positivos	Fatores Negativos
Ambiente Interno	Forças <ol style="list-style-type: none"> 1. Potencial de clientes é mundial; 2. Baixos custos iniciais; 3. Livros armazenados e enviados de qualquer lugar do mundo; 4. Baixos custos com estrutura; 5. Preços competitivos em relação a lojas físicas; 6. Redes de distribuição já existentes. 	Fraquezas <ol style="list-style-type: none"> 1. Custos de expedição dos livros; 2. Atualização constante do site; 3. Marketing geralmente pela internet.
Ambiente Externo	Oportunidades <ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentar o interesse na loja através de campanhas online via Mecanismos de Busca e Redes Sociais; 2. Estar atento as tendências; 3. Saber quem são os clientes fiéis, o que compram e como pode ser criado novos produtos a partir destas informações; 4. Explorar o vale-cultura. 	Ameaças <ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado com muita concorrência; 2. Desconfiança dos clientes com compras online; 3. Empresas de maior estrutura podem ter preços mais competitivos em relação a empresas menores; 4. Pirataria de livros.

Atividade Individual

Faça uma análise SWOT pessoal:

STRENGTHS (Forças internas)

Quais são seus pontos fortes, principais forças, qualidades, virtudes ou talentos?

WEAKNESS (Fraquezas internas)

Quais são seus pontos a serem melhorados, principais fraquezas, defeitos ou dificuldades?

OPPORTUNITIES (Oportunidades externas)

Que oportunidades existem para você aproveitar estas forças e alcançar seus objetivos?

THREATS (Ameaças Externas)

Que ameaças existem pelas suas fraquezas que podem impedir de você atingir seus objetivos?