



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE ALAGOAS - IFAL
COMISSÃO PERMANENTE DO MAGISTÉRIO - COPEMA
CONCURSO PÚBLICO PARA DOCENTE - EDITAL Nº 29/2016-IFAL

CADERNO DE PROVAS

INFORMAÇÕES GERAIS PARA O CANDIDATO:

1. Só abra este Caderno de provas após ler lido todas as instruções e quando for autorizado pelo Fiscal da Sala;
2. Não preencha qualquer dado nesta capa ou no caderno de provas que possa sinalizar ou identificar o candidato, bem como não assinar ou indicar expressamente o nome do candidato;
3. Autorizado o início da prova, verifique se este Caderno contém as 15 folhas demarcadas e do frente única;
4. SOB NENHUMA HIPÓTESE, O FISCAL OU QUALQUER MEMBRO DA COPEMA ESTÃO AUTORIZADOS A EMITIR OPINIÃO OU PRESTAR ESCLARECIMENTOS SOBRE O CONTEÚDO DAS PROVAS, INCLUSIVE SOBRE POSSÍVEL ANULAÇÃO, CABE, ÚNICA E EXCLUSIVAMENTE, AO CANDIDATO INTERPRETAR O TEMA SORTEADO E DECIDIR SOBRE O QUE DEVE ESCREVER;
5. Esta prova tem duração máxima de quatro horas;
6. O candidato só poderá se retirar da sala após 03 (três) horas do início da prova;
7. Ao terminar de responder a prova, faça sinal para o Fiscal da Sala e solicite sua saída. Só saia da sala depois de autorizado;
8. O Caderno de provas deve ser entregue ao Fiscal da Sala no ato de saída do candidato;
9. Faltando 30 (trinta) minutos para o término da prova, o fiscal poderá alertar sobre o tempo restante de prova. O mesmo ocorrerá com o horário final da prova, conforme anotado no quadro;
10. Em nenhuma hipótese será permitido ao candidato sair da sala com o Caderno de provas;
11. Será considerado eliminado do concurso o candidato que for surpreendido usando ou tentando usar qualquer método fraudulento;
12. Neste caderno de provas, os espaços reservados para as bancas não podem ser sinalizados ou marcados pelos candidatos.

ESPAÇO RESERVADO PARA AS BANCAS:

Critérios de Avaliação da Prova Escrita e Notas

CRITÉRIOS	PONTOS	BANCA 1	BANCA 2	BANCA 3	BANCA 4
1. Fundamentação teórica: Argumentação, atualidade e precisão no tratamento dos conceitos e termos, nível de relevância e profundidade, abrangência e síntese referente ao ponto sorteado.	Máximo de 50 pontos.	45	44	43	40
2. Organização do texto: Estrutura (Introdução, desenvolvimento e conclusão), objetividade e clareza na exposição do ponto sorteado.	Máximo de 30 pontos.	25	27	24	26
3. Uso da Norma Padrão da Língua Portuguesa: correção, coerência e coesão textual.	Máximo de 20 pontos.	18	15	14	14
Total por banca:		88	86	81	80
Média geral das bancas:		83,75 por bancas			

Assinatura da banca 1:

Jose Americo dos Santos

2: *[Assinatura]*

3: *[Assinatura]*

4: *Joaquim Pereira do Araújo Neto - Revisor*

1	
2	O mundo globalizado passa por constantes transformações
3	tecnológicas, econômicas, políticas e tecnológicas, forçando
4	as organizações a se adaptarem e buscarem um diferencial competitivo. Nesse contexto, busca-se maximizar
5	o uso de ferramentas, filosofias e métodos da administração, para se manterem vivos no mercado, tal como a
6	importante metodologia de planejamento estratégico.
7	
8	Hoje, mesmo a empresa e planejamento estratégico foi
9	se tornou importante assim. Na época da abordagem clássica
10	da administração o papel do administrador e das estruturas administrativas eram minimizados. Foi apenas
11	com Fayol, e sua teoria clássica (uma das teorias
12	iniciais da abordagem clássica), que os conceitos de planejamento começaram a ser utilizados nos princípios
13	de atuação do administrador e na elaboração do processo administrativo (planejamento, organização, controle,
14	recursos humanos e comunicação).
15	
16	Taylor também deu sua contribuição na evolução
17	contínua do planejamento ao incorporar nos princípios e os etapas da organização racional do trabalho
18	forada no estudo dos tempos e movimentos.
19	
20	Entretanto, foi somente na segunda guerra mundial que foi dada a devida importância ao planejamento, quando este passou a ser utilizado na resolução de problemas militares urgentes, analisando o ambiente externo e as condições e recursos internos.
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	Chaves em seu livro "Introdução à Teoria Geral da Administração" define planejamento como um
29	de uma metodologia que identifica problemas e oportunidades, propõe ações de uma forma eficaz e eficiente
30	

1	te, utilização da melhor forma dos recursos e suas
2	potencialidades.
3	
4	↳ O planejamento pode ser analisado e classificado
5	de acordo com os seus níveis de organização de decisão
6	representados por uma pirâmide organizacional, onde
7	na base se encontram as decisões táticas (planejamento
8	tático), no meio as decisões estratégicas (planejamento
9	estratégico) e no topo as decisões operacionais (planejamento
10	operacional).
11	↳ Os níveis andam em conjunto e criam uma
12	cadeia de dependência, pois buscam resolver um pro- blema de decisão estratégica.
13	
14	↳ Portanto, a estratégia examina a maneira
15	seguida para alcançar os objetivos da organização
16	em longo prazo, considerando os recursos, a missão, a
17	visão e os valores.
18	↳ O planejamento estratégico é a
19	atividade que define o sistema de estratégia, pois é
20	o processo de estabelecer o plano estratégico que define os
21	objetivos "de longo prazo" da organização e o processo
22	de estabelecer a maneira e a melhor utilização dos
23	recursos para o alcance dos objetivos organizacionais.
24	↳ Maximização em seu livro "Introdução à
25	teoria geral da Administração" informa que o plane- jamento estratégico apresenta as seguintes caracte- rísticas: validade de longo prazo; inclui a organi- zação como um todo; analisa e avalia o ambiente externo; informa quando, onde e como serão e- laborados os objetivos e estratégias; e planeja a melhor utilização dos recursos, tanto su-
26	
27	
28	
29	
30	

1	taça.
2	
3	Dada em seu livro "Administração" informa
4	que o planejamento estratégico é uma metodologia
5	de grande importância para as organizações; permite
6	que a organização tenha uma visão holística ^{integradora}
7	do ambiente interno e externo; quando elaborado
8	de forma correta permite uma vantagem competi-
9	va; gera inovação e incentiva a geração de novos id-
10	-ias.
11	Porém, para que o planejamento estratégico
12	seja utilizado de forma correta é necessário que
13	a administração conheça a metodologia de plane-
14	gação e implementação que mais se adequa a reali-
15	dade de sua organização. Antes mesmo de definir a
16	metodologia deve-se avaliar a ^{utilização} de plane-
17	mento estratégico, evitando assim erros na im-
18	planta da metodologia.
19	Existem diferentes metodologias de plane-
20	jamento estratégico no âmbito da ciência da admi-
21	nistração, mas uma que é muito utilizada e utili-
22	zada nos cursos é a apresentada por Chi-
23	rotta em seu livro "Introdução à Teoria Geral da
24	Administração", que define as seguintes etapas para
25	elaboração e planejamento de projetos estratégi-
26	cos: definição dos objetivos organizacionais; análise
27	do ambiente externo; diagnóstico do ambiente inter-
28	no; elaboração das estratégias; elaboração do pla-
29	nejamento estratégico; implementação do planejamento
30	estratégico; e avaliação e acompanhamento.

A primeira etapa do planejamento estratégi-

1	
2	que consiste em analisar os objetivos organizacionais
3	(o que queremos fazer?) levando em consideração a
4	missão e visão da organização. Os objetivos vão de
5	finis a ação de ser da organização para a pública
6	internas e externas. É a direção dos membros da
7	organização e a implementação dos objetivos.
8	Logo em seguida deve ser realizada a
9	análise do ambiente externo que deve ser feita no
10	ambiente de atuação da organização. A análise
11	de mercado envolve os fatores que afetam
12	o desempenho da organização, como: le-
13	gislação, economia, política, etc. A análise do am-
14	ambiente interno deve ser feita em relação
15	ao desempenho da organização, como: recursos
16	humanos, materiais, financeiros, etc.
17	É importante não de suma importância
18	para a organização a análise do ambiente externo
19	para a organização e a identificação dos
20	fatores que afetam o desempenho.
21	É importante que após a análise do am-
22	ambiente externo sejam tomadas as medidas
23	necessárias para a organização poder
24	utilizar a estratégia de forma adequada. Como
25	exemplo, a organização deve ter uma estratégia
26	de crescimento que seja adequada ao
27	ambiente externo e interno.
28	A análise do ambiente externo é
29	importante para a organização porque
30	ela permite que a organização possa

1	termo para com os recursos, as habilidades,
2	as potencialidades, as vulnerabilidades, as
3	as informações (incluindo o sistema de informação
4	organização da organização e os seguintes aspectos:
5	Missão (razão de ser da empresa, como ela é
6	visão por sua missão e pela fidelidade exte-
7	ria, sua estrutura e suas ações e o sistema
8	de planejamento estratégico e a administração
9	de recursos humanos, visão (como a empresa se
10	coloca no futuro; valores (aspectos e fundamentos
11	de qualidade, ética, responsabilidade social,
12	diversidade, inovação, sustentabilidade, etc.);
13	tecnologia, processos e cultura organizacional.
14	Com as informações do ambiente externo
15	de uma organização, é possível estabelecer a
16	relação de análise de SWOT ou análise FODA (forças,
17	fraquezas, oportunidades e ameaças) como
18	instrumentos para elaboração de estratégias.
19	Tal análise diz respeito a construção
20	de uma estratégia (modelo SWOT) composta por
21	ações de marketing e ações de vendas e
22	ações de distribuição e ações de suporte e
23	ações de desenvolvimento e ações de inovação;
24	é necessário reconhecer e modificar as
25	ações de marketing e ações de vendas e
26	ações de distribuição e ações de suporte e
27	ações de desenvolvimento e ações de inovação;
28	é necessário reconhecer e modificar as
29	ações de marketing e ações de vendas e
30	ações de distribuição e ações de suporte e

1	
2	para gerar novas ideias (Brainstorming, Brainwriting,
3	etc.) e auxiliar no processo de decisão (técnicas
4	de decisão, matriz de avaliação, matriz de prior-
5	ização, análise de vantagens e desvantagens, etc.)
6	A matriz SWOT pode ser utilizada para a de-
7	finição de estratégias em seis eixos: as forças
8	(forças, fraquezas, ameaças e oportunidades), o me-
9	do ambiente chamado de matriz cruzada e permi-
10	te que estratégias mais viáveis sejam
11	formadas.
12	As estratégias podem ser voltadas a me-
13	lhorar recursos (estratégias ativas) ou para
14	corrigir um problema sem melhorar o mesmo (est-
15	ratégias passivas). Na elaboração das
16	estratégias são levados em consideração a om-
17	nição ambiental, diagnóstico interno, objetivos
18	e as informações disponíveis à equipe.
19	A quinta etapa do planejamento está
20	relacionada com a elaboração. Com as
21	informações em mãos e as estratégias definidas
22	é necessário elaborar o plano que deve contar
23	com a participação de todos para se colaborar
24	as estratégias em ação seguindo os objetivos,
25	os meios, a missão, visão e valores organizaci-
26	onais.
27	Para isso é importante que a organiza-
28	ção defina a filosofia a ser seguida para
29	atender a forma de execução, podendo ser fi-
30	losófica conservadora, evolutiva e adaptativa.
	A filosofia conservadora do planejamento

1	estratégica procura alcançar bons resultados,
2	mas não necessariamente os melhores. Preocupa-se aqui
3	em manter a pesquisa atual perante o mercado.
4	
5	No filosofia evolutiva a busca pela maxi-
6	mização dos resultados se torna prioritária. To-
7	dos os objetivos e ações elaborados são decisiva-
8	dos para melhorar a sua posição no mercado.
9	Já a filosofia adaptativa foca em
10	corrigir problemas e em melhorar em alguns
11	aspectos.
12	Determinada a filosofia é importante
13	definir qual a etapa da organização deve
14	integrar a organização como todo. Chaves de
15	em seu livro "Teoria Geral da Administração"
16	explica que se deve levar em ^{consideração} conta estes
17	fatores, chamados de "os 5" do planejamento estr-
18	tégico, quais são: objetivos (objetivos), estrutura (estrutura org-
19	anizacional), recursos (recursos), valores (valores org-
20	anizacionais), habilidades (habilidades dos
21	valores organizacionais); habilidades (habilidades dos
22	valores organizacionais); habilidades (habilidades dos
23	valores organizacionais); habilidades (habilidades dos
24	valores organizacionais); habilidades (habilidades dos
25	valores organizacionais); habilidades (habilidades dos
26	valores organizacionais); habilidades (habilidades dos
27	valores organizacionais); habilidades (habilidades dos
28	valores organizacionais); habilidades (habilidades dos
29	valores organizacionais); habilidades (habilidades dos
30	valores organizacionais); habilidades (habilidades dos

1	de ação: comunicação ativa com os envolvidos
2	de ação, com toda a organização; participação de
3	todos, reunião de socialização, elaboração de
4	mapa estratégico com o objetivo de planejamento
5	de estratégias e compromissos para atingir os
6	resultados.
7	
8	É importante que nessa etapa a liderança
9	demonstre a importância do sucesso das metas
10	e trabalhe com planos de ação para fazer
11	com que todos na organização visem a comi-
12	ssão de planejamento estratégico.
13	Com o planejamento estratégico implementado
14	debe-se avaliar a última etapa, a qual é
15	chamada de avaliação. Segundo o livro "Introdução à Teoria
16	da Administração" que diz respeito ao
17	monitoramento e avaliação. Aqui deve-se procurar
18	com o plano de ação, os resultados e verificar
19	se os objetivos estão sendo atingidos e se
20	as metas foram atingidas. Para isso são usados
21	diversos métodos, tais como: ava-
22	liação de desempenho, sistemas de compensação de
23	resultados (resultados planejados com os resul-
24	tados obtidos), aplicação de indicadores de desem-
25	penho, pesquisas de opinião, pesquisas de satisfação, pesquisas de
26	opinião, pesquisas de opinião, pesquisas de opinião, pesquisas de
27	opinião, pesquisas de opinião, pesquisas de opinião.
28	O diagnóstico do planejamento estratégico
29	é realizado através de um balanço BSC.
30	O BSC é usado para fazer a gestão

1	
2	da organização, levando em consideração os
3	aspectos financeiros, internos, entre outros, que
4	podem ser decisivos para a realização de parte
5	do planejamento estratégico.
6	Os resultados que se foram identificados
7	algumas inconsistências na execução do plane-
8	jamento estratégico, está sendo os seguintes
9	grupos a característica de flexibilidade de tal
10	metodologia.
11	Devido a implementação e planejamento
12	estratégico poderá ser dividido de 5 (cinco) em
13	três níveis (em empresas privadas) ou de
14	dois níveis (em empresas públicas) de
15	gestão (alta, média e baixa).
16	Em consequência dos conceitos apresentados
17	é necessária a importância do planeja-
18	mento estratégico na organização dos estru-
19	turos que definem a direção da organização em
20	um mercado de alta concorrência, fazendo
21	com que melhores decisões sejam tomadas, que
22	mais oportunidades sejam identificadas e que
23	a maximização dos resultados seja uma con-
24	seqüência.
25	
26	
27	
28	
29	
30	

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	