



CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

Plano de Ensino									
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus:		Goiabeiras					
Curso:	CIÊNCIAS ECONÔMICAS								
Departamento Responsável:	ECONOMIA								
Data de Aprovação (Art. nº 91):	09/12/2020								
Docente Responsável:	Robson Antonio Grassi								
Qualificação/link para o Currículo Lattes:	http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4791757P6								
E-mail:	ragrassi@uol.com.br								
Disciplina:	ECONOMIA E ADM. DE EMPRESAS			Código:	ECO-07680				
Pré-requisito:	ECO-07713			Carga Horária Semestral:	60				
Créditos:	Distribuição da Carga Horária Semestral								
	04	Teoria	Exercício	Laboratório					
		60	---	---	---				
Ementa:	As diferentes visões sobre a firma na Ciência Econômica: Evolucionária, Custos e Transação e Agente-Principal. Competitividade: conceituação e indicadores. Estratégias competitivas da firma: visões da Economia e da Administração de Empresas. Estratégias de diversificação, de financiamento e de internacionalização da empresa. Estratégias de inovação. Cooperação interindustrial e redes de empresas: complexos industriais, arranjos produtivos locais. O papel e o espaço das micro, pequenas e médias empresas. Noções básicas sobre empreendedorismo.								
Objetivo Geral:	Explicar e detalhar a análise da firma proporcionada pela disciplina de Organização Industrial, apresentando e comparando suas principais visões, com foco na questão das estratégias empresariais , e, neste sentido, apresentar e comparar visões sobre este tema da Ciência Econômica e da área de Administração de Empresas. Especial atenção deve ser dedicada à questão das estratégias empresariais voltadas para a área de inovação . A partir de toda essa discussão, serão discutidas noções sobre empreendedorismo, mais especificamente o empreendedorismo inovador .								
Objetivos Específicos:	<ol style="list-style-type: none">1. Apresentar e comparar as principais visões sobre a firma na área de Organização Industrial: Evolucionária, Custos de Transação e Agente-Principal.2. Identificar as diferentes estratégias que as empresas adotam para competir nos mercados, a partir das visões do economista (principalmente das suas teorias da firma) e do administrador de empresas.3. Conceituar competitividade e identificar os fatores de competitividade dos setores econômicos e seus padrões de concorrência.4. Compreender como se realiza a cooperação interfirms e a estratégia de inovação das empresas.5. Entender como as diversas políticas públicas afetam as decisões empresariais, principalmente as políticas voltadas para a área de inovação.								

6. Identificar o papel e o espaço das MPMEs na economia.
7. Discutir noções básicas sobre empreendedorismo, e, em particular, empreendedorismo inovador.

Conteúdo Programático:

1. A firma nas diversas visões da área de Organização Industrial
 - 1.1. A visão Evolucionária
 - 1.2. A visão dos Custos de Transação
 - 1.3. A visão do Agente-Principal
2. A estratégia empresarial nas teorias da firma
 - 2.1. Estratégia na visão Evolucionária da firma
 - 2.2. Estratégia nas outras visões da firma
3. Estratégias competitivas das firmas
 - 3.1. Tipologia de teorias de estratégia empresarial
 - 3.2. A visão de Michael Porter
 - 3.3. Planejamento estratégico: objetivos, missão e visão da empresa e análise SWOT
4. Competitividade: conceituação e indicadores
 - 4.1. Fatores determinantes da competitividade
 - 4.2. Padrões de concorrência nos grupos industriais
 - 4.3. Avaliação da competitividade
5. Cooperação interindustrial e redes de empresas
 - 5.1. O conceito de rede na ciência econômica e a noção de redes de empresas
 - 5.2. Redes de empresas na prática: uma tentativa de sistematização.
 - 5.3. Os arranjos produtivos locais (APLs) e as cadeias produtivas
6. Estratégias de inovação
 - 6.1. Conceitos básicos e tipos de inovação
 - 6.2. Financiamento da inovação
 - 6.3. Estratégias de gestão da inovação
 - 6.4. A cooperação no Ecossistema de Inovação: atores principais
7. Políticas públicas e as decisões estratégicas da firma
 - 7.1. Política Industrial e Política Científica, Tecnológica e de Inovação
 - 7.2. Políticas de Desenvolvimento Regional e Diversificação Produtiva
8. O papel e o espaço das micro, pequenas e médias empresas.
 - 8.1. A importância das micro, pequenas e médias empresas
 - 8.2. Inserção competitiva de MPMEs: de pequenas aglomerações a arranjos produtivos e elos em cadeias globais
 - 8.3. Para além do mercado: políticas públicas voltadas para o fortalecimento de MPMEs.
9. Noções básicas de empreendedorismo
 - 9.1. O mundo das start ups: A start up “enxuta” e seus desdobramentos para o mundo empresarial
 - 9.1. O modelo de negócios e o método CANVAS
 - 9.2. O plano de negócios
 - 9.3. O empreendedorismo inovador

Metodologia:

As aulas ocorrerão sempre às segundas e quintas-feiras, nos horários tradicionais, de forma síncrona, com intervalo para descanso e alimentação dos alunos.

Parte deste horário (ou algumas aulas inteiras) poderão ser ministradas de forma assíncrona, sempre conforme combinado com antecedência junto aos alunos.

As aulas serão expositivas e com apresentação de exemplos sobre casos de firmas e mercados, além de casos de políticas públicas.

Poderão também ser utilizados outros recursos de forma complementar às aulas, como vídeos, debates, entrevistas, pesquisas em sites, etc.

Palestras de atores relevantes locais relacionados com a atuação das firmas capixabas no mercado poderão ocorrer, dependendo da disponibilidade dos mesmos para estas atividades, no modo remoto.

As referências bibliográficas serão disponibilizadas aos alunos, de forma a ser combinada.

A plataforma utilizada será o G Suíte, com o uso de vários recursos, principalmente Google Classroom e Google Meet.

Recursos Pedagógicos / Tecnológicos:

Dado o objetivo do curso, voltado para apresentação das principais teorias e visões sobre estratégia nas empresas, e, de forma mais específica, dos principais tipos de estratégia empresarial, os melhores recursos pedagógicos para cumprir o referido objetivo são os seguintes:

- Aula expositiva, com apresentação das teorias e ao mesmo tempo de muitos exemplos atuais, referentes a empresas, mercados e políticas públicas; e
- Palestras de atores relevantes locais relacionados com a atuação das firmas capixabas no mercado.

Levando-se em conta a situação atual de pandemia, a aula remota revela-se o melhor recurso tecnológico para cumprimento do objetivo acima apresentado. Mas sempre acompanhada de recursos como vídeos, debates, entrevistas, pesquisas em sites, etc.

Critérios/Processo de Avaliação da Aprendizagem:

1) A nota do semestre resultará da média aritmética de duas avaliações parciais, cujo formato será combinado com os alunos, podendo também, a critério do professor, serem utilizados trabalhos e tarefas elaborados ao longo do semestre como complemento das notas parciais.

2) Estará dispensado da Avaliação Final o aluno que obtiver 7,0 na média semestral.

3) Avaliações de 2ª chamada somente serão efetuadas nos casos previstos no regulamento da UFES, e após consulta à coordenação do curso, e também levando-se em conta as normas da UFES relativas ao Ensino-Aprendizagem Remoto Temporário e Emergencial (EARTE).

Data da 1ª Avaliação:

<p>Data da 2^a Avaliação: Data da Avaliação Final:</p>
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. (Org.). <i>Economia industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil</i>. Rio de Janeiro: Campus, 2002.</p> <p>FERRAZ, J. C.; KUPFER, D.; HAGUENAUER, L. <i>Made in Brazil: desafios competitivos para a indústria</i>. RJ: Campus, 1997.</p> <p>AZEVEDO, P. F. (1998). <i>Organização Industrial</i>. In: PINHO, D. & SANDOVAL DE VASCONCELLOS, M. A. (orgs.) <i>Manual de economia</i>. 3^a edição. São Paulo: Saraiva.</p> <p>Bibliografia Complementar:</p> <p>AIDAR, M. (2007). <i>Empreendedorismo</i>. São Paulo: Thomson Learning.</p> <p>BESANKO, D.; DRANOVA, D.; SHANLEY, M.; SCHAEFER, S. <i>A economia da estratégia</i>. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.</p> <p>DOLABELA, F. <i>O segredo de Luísa</i>. Cultura Editores Associados: São Paulo, 1999.</p> <p>KAPLAN, R & NORTON, D. <i>Balanced scorecard – indicadores que impulsionam o desempenho</i>. In: <i>Harvard Business Review. Medindo o desempenho empresarial</i>. Editora Campus: Rio de Janeiro, 2000.</p> <p>LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. M.; MACIEL, M. L. (Org.). <i>Pequena empresa, cooperação e desenvolvimento</i>. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003.</p> <p>NELSON, R. <i>Schumpeter e as pesquisas contemporâneas sobre a economia da inovação</i>. In: _____. <i>As fontes de crescimento da firma</i>. São Paulo, Editora Unicamp: 2006.</p> <p>PENROSE, E. <i>Teoria do Crescimento da Firma</i>. Editora da Unicamp: Campinas. 2006.</p> <p>ONDÉ, J. L. (1994). <i>Instituições e Mudança institucional: uma abordagem shumpeteriana</i>. Revista Economia. Brasília-DF.</p> <p>PORTR, M. E. <i>Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior</i>. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1991.</p> <p>POSSAS, M. L. (1988). <i>Em direção a um paradigma microdinâmico: a abordagem neo-schumpeteriana</i>. Campinas: IE/UNICAMP (mimeo).</p> <p>SCHUMPETER, J. (1943). <i>Capitalismo, socialismo e democracia</i>. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.</p> <p>TIGRE, P. (2011). <i>Gestão da Inovação</i>. Rio de Janeiro: Campus.</p> <p>VARIAN, H. (2003). <i>Microeconomia: princípios básicos</i>. 6^a ed. Rio de Janeiro: Campus.</p>