



**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): 06/10/2021		
DOCENTE PRINCIPAL: Robson Antonio Grassi		E-mail: <a href="mailto:ragrassi@uol.com.br">ragrassi@uol.com.br</a>
Qualificação/link para o Currículo Lattes: <a href="http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4791757P6">http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4791757P6</a>		
Disciplina:	Economia e Administração de Empresas	Código: ECO- 7680
Período: 2021/2	Turma: 1	
Pré-requisito: ECO- 07713	Carga Horária Semestral: 60 hs	
Créditos:	Distribuição da Carga Horária Semestral	
	Teórica: 60 hs	Exercício: --- Laboratório: ---
<b>Ementa:</b> 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.		
<b>Objetivos Específicos:</b>  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 <b>estratégias empresariais</b> , 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 <b>inovação</b> . A partir de toda essa discussão, serão discutidas noções sobre empreendedorismo, mais especificamente o		

## **empreendedorismo inovador.**

### Objetivos Específicos:

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 interfirmas 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 (até 25% do total da carga horária), 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.

Serão também utilizados outros recursos de forma complementar às aulas, como vídeos, reportagens, debates, entrevistas, pesquisas em sites, etc. Sempre estarão disponíveis no Classroom.

Palestras de atores relevantes locais relacionados com a atuação das firmas capixabas no mercado poderão ocorrer, dependendo da disponibilidade dos mesmos para estas atividades, e, no momento atual, apenas 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 o funcionamento das 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 constantes na bibliografia do curso e ao mesmo tempo de muitos exemplos atuais, referentes a empresas, mercados e políticas públicas;
- Utilização de vídeos, reportagens, debates, entrevistas, pesquisas em sites, etc., disponíveis no Classroom.
- Palestras de atores relevantes locais relacionados com a atuação das firmas capixabas no mercado, que serão combinadas com antecedência.

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, com mesmo peso, cujo formato será combinado com os alunos (mas a princípio elaboradas de forma assíncrona, com prazo definido previamente), podendo também, a critério do professor, serem utilizados trabalhos e tarefas elaborados ao longo do semestre como complemento das notas parciais.

2) Nas avaliações parciais e na prova final, serão cobrados todos os conteúdos dados em aula, os constantes nos textos da disciplina e também no Classroom.

3) Todas as avaliações terão chave de correção exposta no Classroom, após ocorrerem.

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

5) 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).

6) A frequência mínima nas aulas da disciplina é de 75% de presenças em aula. Isso significa que alunos que faltarem 8 dias de aula ou mais estarão reprovados por frequência.

Data da 1ª Avaliação:

Data da 2ª Avaliação:

Data da Avaliação Final:

**Bibliografia Básica:**

KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. (Org.). Economia industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

FERRAZ, J. C.; KUPFER, D.; HAGUENAUER, L. Made in Brazil: desafios competitivos para a indústria. RJ: Campus, 1997.

AZEVEDO, P. F. (1998). Organização Industrial. In: PINHO, D. & SANDOVAL DE VASCONCELLOS, M. A. (orgs.) Manual de economia. 3ª edição. São Paulo: Saraiva.

**Bibliografia Complementar:**

AIDAR, M. (2007). Empreendedorismo. São Paulo: Thomson Learning.

BESANKO, D.; DRANOVE, D.; SHANLEY, M.; SCHAEFER, S. A economia da estratégia. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

DOLABELA, F. O segredo de Luísa. Cultura Editores Associados: São Paulo, 1999.

KAPLAN, R & NORTON, D. Balanced scorecard – indicadores que impulsionam o desempenho. In: Harvard Business Review. Medindo o desempenho empresarial. Editora Campus: Rio de Janeiro, 2000.

LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. M.; MACIEL, M. L. (Org.). Pequena empresa, cooperação e desenvolvimento. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003.

NELSON, R. Schumpeter e as pesquisas contemporâneas sobre a economia da inovação. In: \_\_\_\_\_. As fontes de crescimento da firma. São Paulo, Editora Unicamp: 2006.

PENROSE, E. Teoria do Crescimento da Firma. Editora da Unicamp: Campinas. 2006.

PONDÉ, J. L. (1994). Instituições e Mudança institucional: uma abordagem schumpeteriana.

Revista Economia. Brasília-DF.

PORTER, M. E. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

POSSAS, M. L. (1988). Em direção a um paradigma microdinâmico: a abordagem neo-schumpeteriana. Campinas: IE/UNICAMP (mimeo).

SCHUMPETER, J. (1943). Capitalismo, socialismo e democracia. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

TIGRE, P. (2011). Gestão da Inovação. Rio de Janeiro: Campus.

VARIAN, H. (2003). Microeconomia: princípios básicos. 6ª ed. Rio de Janeiro: Campus.

**Cronograma:**

**4/11**

**8/11**

**11/11**

**18/11**

**22/11**

**25/11**

**29/11**

**2/12**

**6/12**

**9/12**

**13/12**

**16/12**

**24/01**

**27/01**

**31/01**

**3/02**

**7/02**

**10/02**

**14/02**

**17/02**

**21/02**

**24/02**

**3/03**

**7/03**

**10/03**

**14/03**

**17/03**

**21/03**

**24/03**

**Total: 29 dias letivos**