



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):	26/09/2024				
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 Administração de Empresas		Código:	ECO- 7680	
Pré-requisito:	ECO-7713		Carga Horária Semestral:	60	
Créditos:	Distribuição da Carga Horária Semestral				
	04	Teoria	Exercício	Laboratório	
	60		---	---	
<p>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.</p>					
<p>Objetivos:</p> <p>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 apresentadas noções sobre empreendedorismo, mais especificamente o empreendedorismo inovador.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <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 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 sobre empreendedorismo

9.1. O mundo das start ups: A start up “enxuta” e seus desdobramentos para o mundo empresarial

9.2. O modelo de negócios e o método CANVAS

9.3. O plano de negócios

9.4. O empreendedorismo inovador

Metodologia:

As aulas ocorrerão sempre às segundas e quintas-feiras, nos horários tradicionais, de forma presencial. Em situações especiais, poderão ser combinadas, com antecedência, aulas *on line* com os 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 (Google) da disciplina.

Palestras de atores relevantes locais relacionados com a atuação das firmas capixabas no mercado poderão ocorrer, dependendo da disponibilidade dos mesmos para estas atividades, tanto no modo presencial como no remoto. Visitas às empresas ou entidades empresariais também poderão ocorrer, dependendo de disponibilidade de tempo no calendário.

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

A plataforma *on line* utilizada para as atividades da disciplina será o G Suíte, com o uso de vários recursos, principalmente Google Classroom e, ser for necessário, o 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 da disciplina.
- Palestras de atores relevantes locais relacionados com a atuação das firmas capixabas no mercado e visitas às empresas, que serão combinadas com antecedência (no caso das palestras, inclusive a modalidade, presencial ou remota).

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.

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 pelo menos nota 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.

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 insuficiente.

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:

21/10: Apresentação do programa da disciplina e dos objetivos do curso

24/10: Panorama geral das teorias sobre a firma na ciência econômica

31/10: As teorias Behaviorista e do Agente-Principal

04/11: A teoria dos Custos de Transação

07/11: A abordagem Evolucionária Neo-schumpeteriana da firma

11/11: Noções gerais sobre estratégia empresarial

14/11: As visões sobre estratégia empresarial presentes na ciência econômica

18/11: Estratégia empresarial: visão a partir do paradigma ECD
21/11: Estratégia empresarial: visão a partir da teoria dos jogos
25/11: Estratégia empresarial: visão a partir da abordagem das capacidades dinâmicas
28/11: Um caso de estratégia empresarial: a estratégia tecnológica
02/12: As visões sobre estratégia empresarial na área de Business: Porter e modelo SWOT
05/12: Competitividade: conceituação e indicadores
09/12: Competitividade: fatores determinantes
12/12: Avaliação da competitividade
16/12: Rankings sobre competitividade: mundiais, estaduais e municipais
19/12: O conceito de rede na ciência econômica e a noção de redes de empresas
23/01: Redes de empresas na prática: uma tentativa de sistematização
27/01: Os arranjos produtivos locais (APLs) e as cadeias produtivas
30/01: Conceitos básicos e tipos de inovação
03/02: Financiamento da inovação e estratégias de gestão da inovação
06/02: A cooperação no Ecossistema de Inovação: atores principais
10/02: Política Industrial e Política Científica, Tecnológica e de Inovação: pontos principais
13/02: O papel e o espaço das micro, pequenas e médias empresas
17/02: Para além do mercado: políticas públicas voltadas para o fortalecimento de MPMEs
20/02: Noções básicas sobre empreendedorismo
24/02: O mundo das start ups: A start up “enxuta” e seus desdobramentos para o mundo empresarial
27/02: O modelo de negócios
06/03: O método CANVAS
10/03: O plano de negócios
13/03: O empreendedorismo inovador
17/03: O empreendedorismo inovador
20/03: Entrevista com empreendedor(a) capixaba
24/03: Visita a uma empresa local com os alunos

Total: 34 dias letivos