



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):	18/07/2017				
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: Competitividade: conceituação e indicadores. Estratégias competitivas da firma: visões da Economia e da Administração de Empresas. Estratégias de diversificação e de internacionalização da empresa. 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. Seminários temáticos.					
Objetivos Específicos: <ol style="list-style-type: none">1. Conceituar competitividade e identificar os fatores de competitividade dos setores econômicos e seus padrões de concorrência.2. Identificar as diferentes estratégias que as empresas adotam para competir nos mercados.3. Entender as estratégias de diversificação e internacionalização das empresas.4. Compreender como se realiza a cooperação interindustrial e a formação de redes de 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. Analisar aspectos da competitividade de produtos e serviços relevantes para a economia do Estado do Espírito Santo.					
Conteúdo Programático: <ol style="list-style-type: none">1. Competitividade: conceituação e indicadores<ol style="list-style-type: none">1.1. Fatores determinantes da competitividade1.2. Padrões de concorrência nos grupos industriais1.3. Avaliação da competitividade.2. Estratégias competitivas das firmas<ol style="list-style-type: none">2.1. Revisão de teorias da firma: custos de transação e neoschumpeteriana					

- 2.2. Tipologia de teorias de estratégia empresarial
- 2.3. Estratégias de gestão da inovação, tipos de inovação e financiamento da inovação
- 2.4. A visão de Michael Porter
- 2.5. Balanced Scorecard
- 2.6. Planejamento estratégico: objetivos, missão da empresa e análise SWOT
- 2.7. O método CANVAS

3. Estratégias de diversificação das empresas
 - 3.1. A firma como reservatório de recursos.
 - 3.2. Introdução ao conceito de diversificação e oportunidades específicas para a diversificação
 - 3.3. O papel das fusões e aquisições.
 - 3.4. A diversificação como solução para problemas específicos e como política geral de crescimento.
 - 3.5. A integração vertical

4. A estratégia de internacionalização das empresas
 - 4.1. A estratégia de internacionalização das empresas
 - 4.2. A competitividade internacional das empresas.

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: dimensões relevantes de operação e propriedades internas
 - 5.3. Redes de empresas na prática: uma tentativa de sistematização.
 - 5.4. Os arranjos produtivos locais (APLs) e as cadeias produtivas
 - 5.5. A cooperação no Ecossistema de Inovação: atores principais

6. Políticas públicas e as decisões estratégicas da firma
 - 6.1. Política Industrial e Política Científica, Tecnológica e de Inovação
 - 6.2. Políticas de Desenvolvimento Regional e Diversificação Produtiva

7. O papel e o espaço das micro, pequenas e médias empresas.
 - 7.1. A importância das micro, pequenas e médias empresas
 - 7.2. Inserção competitiva de MPMEs: de pequenas aglomerações a arranjos produtivos e elos em cadeias globais
 - 7.3. Para além do mercado: políticas públicas voltadas para o fortalecimento de MPMEs.

8. Noções básicas de empreendedorismo
 - 8.1. O plano de negócios
 - 8.2. As questões do financiamento e da busca pelo primeiro cliente
 - 8.3. O empreendedorismo inovador

Metodologia:

Aulas expositivas e apresentação de exemplos sobre casos de firmas e mercados, além de casos de políticas públicas.

Palestras de atores relevantes locais relacionados com a atuação das firmas capixabas no mercado.

Critérios/Processo de Avaliação da Aprendizagem:

A nota do semestre resultará da média aritmética de três notas parciais (duas provas escritas e um trabalho), podendo também, a critério do professor, serem utilizadas tarefas e exercícios feitos ao longo do semestre como complemento das notas parciais.

Estará dispensado da Prova Final o aluno que obtiver 7,0 na média semestral.

Provas de 2ª chamada somente serão efetuadas nos casos previstos no regulamento da UFES,

e após consulta à coordenação do curso.

A frequência às aulas é obrigatória de acordo com as normas da UFES. Será reprovado por falta o estudante que não obtiver o mínimo de 75% de frequência.

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.

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

Bibliografia Complementar:

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

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.

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.