



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Instituto de Economia e Relações Internacionais
 Av. João Naves de Ávila, nº 2121, Bloco 1J - Bairro Santa Mônica, Uberlândia-MG, CEP 38400-902
 Telefone: (34) 3239-4327 - <http://www.ie.ufu.br/> - ie@ufu.br



PLANO DE ENSINO

1. IDENTIFICAÇÃO

Componente Curricular:	Economia de Empresas I								
Unidade Ofertante:	Instituto de Economia e Relações Internacionais (IERI)								
Código:	IEUFU41064	Período/Série:	6º período		Turma:	N			
Carga Horária:					Natureza:				
Teórica:	30h	Prática:		Total:	30h	Obrigatória:	(X)	Optativa:	()
Professor(A):	Cássio Garcia Ribeiro S. da Silva					Ano/Semestre:		2022-1	
Observações:									

2. EMENTA

Análise Estrutural das Indústrias; Recursos, Capacidades e Competências Essenciais; Estratégias Empresariais.

3. JUSTIFICATIVA

A disciplina de Economia de Empresas traz contribuições teóricas e empíricas sobre estratégias competitivas utilizadas pelas empresas, complementando e enriquecendo a visão que os alunos adquirem nas disciplinas de microeconomia e economia industrial.

4. OBJETIVO

Objetivo Geral:

Ao final da disciplina, o estudante será capaz de identificar, examinar e elaborar as diversas estratégias que podem ser adotadas pelas empresas.

Objetivos Específicos:

Discutir a elaboração das estratégias empresariais pautadas na análise do ambiente externo da empresa (estruturada indústria) e na análise do seu ambiente interno (recursos internos, capacidades e competências essenciais).

5. PROGRAMA

1. Análise Estrutural das Indústrias;
2. Estratégias Competitivas;
3. Recursos, Capacitações e Competências;
4. Estratégias de Fusão, Aquisição e Reestruturação;
5. Estratégia corporativa: integração vertical;
6. Estratégias de Internacionalização.

6. METODOLOGIA

A disciplina será oferecida de forma presencial, com complementação de carga horária com atividades assíncronas, destinadas à preparação dos seminários. As aulas serão expositivas, com apresentação de slides elaborados para a disciplina. Além disso, pretende-se explorar outros recursos didático-pedagógicos, como aulas dialogadas, análises de casos, debates e vídeos.

7. AVALIAÇÃO

- 1) Seminário 1: grupos (formados por entre três e cinco alunos) analisarão uma empresa (cada grupo escolherá uma empresa diferente), sob o prisma de uma das três dimensões: 1ª) forças competitivas no mercado em que a empresa se encontra; 2ª) competências essenciais da empresa; 3ª) estratégia competitiva adotada. VALOR: 20 PONTOS.
- 2) Seminário 2: grupos (formados por entre três e cinco alunos) analisarão uma empresa (cada grupo escolherá uma empresa diferente), sob o prisma de uma das três dimensões: 1ª) fusões, aquisição e reestruturação; 2ª) estratégia corporativa: integração vertical e; 3ª) motivações e modalidade(s) de internacionalização empregada(s), principais mercados, desafios encontrados, resultados alcançados etc. Os critérios adotados para a avaliação dos seminários serão apresentados previamente aos alunos e estarão disponíveis para download no Microsoft Teams da disciplina. VALOR: 20 PONTOS.
- 3) Ficha de leitura, resenha, resumo, questionários, seminários preliminares e outras atividades avaliativas aplicadas para reforçar o aprendizado do conteúdo ministrado em cada um dos cinco tópicos da disciplina, além de permitir que o docente avalie o conhecimento dos alunos em relação aos assuntos abordados ao longo do curso. VALOR: 10 PONTOS.
- 4) Duas provas valendo 25 pontos, quando que na primeira será cobrado o conteúdo dos três primeiros tópicos do programa e, na segunda, o conteúdo referente aos três últimos tópicos.
- 5) Uma prova de recuperação, valendo 25 pontos, contemplando o conteúdo da prova em que o aluno tiver obtido o pior desempenho.

A aferição da assiduidade dos alunos será feita por meio da realização de chamada durante as aulas.

8. BIBLIOGRAFIA

Básica

BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. "Administração Estratégica e Vantagem Competitiva". São Paulo: Pearson Prentice Hall Brasil, 2011.

HITT, M. A. et al. Administração Estratégica. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

PORTER, M. Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus. 1986.

Complementar

GEORGE, K. e JOLL, C. Organização Industrial. Rio de Janeiro. Zahar, 1983.

LACOMBE, F. e HEILBORN, G. Administração: Princípios e Tendências. São Paulo: Saraiva. 2ª. ed., 2008.

KON, A. Economia Industrial. São Paulo: Nobel; 1994.

MINTZBERG, H. et al. Safári de Estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre, Bookman, 2000.

PORTER, M. Competição: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro, Campus, 1999.

9. APROVAÇÃO

Aprovado em reunião do Colegiado realizada em: ____/____/____

Coordenação do Curso de Graduação: _____



Documento assinado eletronicamente por **Cassio Garcia Ribeiro Soares da Silva, Professor(a) do Magistério Superior**, em 07/09/2022, às 21:51, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site

[https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?](https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0)

[acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0](https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **3900940** e o código CRC **AF31F986**.

Referência: Processo nº 23117.063519/2022-19

SEI nº 3900940