



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2025
Tp. Período	Anual
Curso	CIÊNCIAS ECONÔMICAS (060)
Disciplina	1107528 - ECONOMIA DE EMPRESAS
Turma	CEN

Carga Horária: 68

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Estratégias Competitivas; Vantagens Competitivas; Diversificação de Atividades; Pesquisa e Desenvolvimento e Diferenciação de Produtos; Tecnologia e Concorrência; Estratégias de precificação de produtos.

I. Objetivos

Propiciar ao acadêmico a análise acerca do comportamento, performance e estratégias das organizações. Estudar os conceitos básicos relativos à empresa. Apresentar as diversas abordagens acerca do comportamento das organizações. Estudar as estratégias competitivas. Desenvolver habilidades para a análise da competitividade. Analisar as relações das empresas com os demais agentes.

II. Programa

1. ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS
 - 1.1. Decisões estratégicas e planejamento
 - 1.2. Condicionantes das estratégias competitivas
 - 1.3. Macroambiente e estratégia
 - 1.4. Estratégia e desempenho
2. VANTAGEM COMPETITIVA
 - 2.1. Significado
 - 2.2. A "Cadeia de valores"
 - 2.3. Fontes de vantagem competitiva
 - 2.4. Conquista e manutenção de vantagem competitiva
3. DIVERSIFICAÇÃO DE ATIVIDADES
 - 3.1. Horizontalização
 - 3.2. Verticalização
 - 3.3. Conglomeração
 - 3.4. Desverticalização integrada
4. O COMPORTAMENTO FINANCEIRO DAS EMPRESAS
 - 4.1. A necessidade de financiamento
 - 4.2. A abertura de capital
 - 4.3. Investimentos em portfólios
5. PESQUISA E DESENVOLVIMENTO E DIFERENCIAÇÃO DE PRODUTOS
 - 5.1. A função P & D
 - 5.2. Ciclo de vida dos produtos
 - 5.3. Esforço de diferenciação
6. TECNOLOGIA E CONCORRÊNCIA
 - 6.1. Determinantes do processo inovativo
 - 6.2. Trajetória tecnológica da indústria
 - 6.3. Estratégia das firmas e o ciclo de produto
 - 6.4. Expectativas tecnológicas
7. ESTRATÉGIAS DE PRECIFICAÇÃO DE PRODUTOS
 - 7.1. Custos e Mark-up
 - 7.2. Mark-up e formação de preços
 - 7.3. Modelos de precificação

III. Metodologia de Ensino

No primeiro e segundo semestre, o desenvolvimento do conteúdo programático será pautado em aulas expositivas que terão suporte de dinâmicas de grupos, trabalhos de pesquisa, seminários, palestras, resumos, resolução de exercícios, leituras complementares e suplementares.

I – Metodologia de trabalho

Aulas expositivas com apresentação de slides e utilização do quadro negro. O conteúdo da disciplina será disponibilizado no Moodle em PDF, que terão suporte de dinâmicas de grupos, trabalhos de pesquisa, seminários, palestras, resumos, resolução de listas exercícios, leituras complementares e suplementares e softwares, estudos de casos.

II – Tecnologias utilizadas

Plataforma Moodle (Institucional), onde o professor disponibilizará aulas, artigos e materiais complementares. Em sala de aula projetor, notebook e quadro negro.

IV. Formas de Avaliação

Considerando o uso de metodologias ativas, o desempenho do acadêmico será avaliado de forma constante, da seguinte forma: O Conceito



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2025
Tp. Período	Anual
Curso	CIÊNCIAS ECONÔMICAS (060)
Disciplina	1107528 - ECONOMIA DE EMPRESAS
Turma	CEN

Carga Horária: 68

PLANO DE ENSINO

de Aproveitamento Semestral é composto por avaliações que poderão ser objetivas, mensurativas, analíticas, dissertativas, mistas ou orais realizadas no final de cada bimestre, compõem ainda a nota semestral trabalhos realizados pelos acadêmicos referentes aos assuntos, acima citados, em cada bimestre, cujas proporções são definidas pelo professor. Poderão compor a nota semestral outras formas de avaliação em sala de aula ou na plataforma Moodle.

Recuperação de rendimento: conforme RESOLUÇÃO Nº 1-COU/UNICENTRO, DE 10 DE MARÇO DE 2022: além dos acadêmicos que não alcançaram a média 7.0 nas provas bimestrais, todos que desejarem poderão realizar provas substitutivas para que tenha oportunidade de recuperar e melhorar a média.

V. Bibliografia

Básica

- ANSOFF, H.I. A Nova Estratégia Empresarial. São Paulo: Atlas, 1991.
- ANSOFF, H. I. Estratégia Empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1977.
- DRUCKER, Peter. Administrando para o Futuro: os anos 90 e a virada do século. Trad. Nivaldo Montigelli Jr. São Paulo: Pioneira, 1992.
- EMAN, C. Inovação e Estratégia da firma in The Economics of Industrial Innovation. London, 1982. Mimeo
- PORTER, M. A Vantagem Competitiva das Nações. Rio de Janeiro: Campus, 1993.
- PORTER, M. A. Estratégia Competitiva: técnicas para análise de industriais e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1986.
- SCHERER, F.M. Preços Industriais: Teoria e Evidência. Rio de Janeiro: Campus, 1979.
- TILLES, S. How to evaluate corporate Strategy. Harvard Business Review, Boston, 41 (4): 111-21. July/Aug. 1963.
- TOFLER, Alvin. A Empresa Flexível. Trad. A. B. Pinheiro de Lemos. São Paulo: Record. 1985. TREGOE, Benjamin B. e ZIMMERMAN, John W. A Estratégia da Alta Gerência: que é e como fazê-la funcionar. Trad. Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Zahar. 1982.
- WATSON, Gregory H. Benchmarking Estratégico. São Paulo: Makron Books, 1994.

Complementar

- HAMMEL, Gary. Competindo pelo Futuro: Estratégias Inovadoras para Obter o Controle do seu Setor e Criar os Mercados de Amanhã. Rio de Janeiro. Campus. 1995.
- MINTZBERG, Henry e QUIN, James B. The Strategy Process: Concepts and Contexts. New York. Prentice Hall. 1992.
- NAISBITT John; ABURDENE, Patrícia. Reinventando a Empresa: A Transformação das organizações na emergente sociedade da informação. São Paulo. Amana. 1989.
- SPENDOLINI, Michael J. Benchmarking. São Paulo. Makron. 1994.
- WALTON, Sam. Made in America. Rio de Janeiro. Campus. 1993.
- WATERMAN JR. Robert H. O Fator Renovação - Como os Melhores Conquistam e Mantém Vantagem Competitiva. São Paulo. Harbra. 1987.
- WOOD, A. Uma Teoria dos Lucros. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECON/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 001/2025
Data: 27/02/2025