

PROGRAMA DE ENSINO

EMENTA: : Estrutura e funcionamento da empresa. Formas de concentração, tamanho e tipo de empresa e suas características. Sistema de informações empresariais e sistema de indicadores economico-financeiras de uma empresa. Métodos compostos de análise de indicadores - Kanitz e outros. Análise da empresa no setor e na economia do país. A conjuntura, as políticas economico-financeiras do país e a empresa. Elaboração, análise e controle orçamentário. Análise concreta de empresas. Situação economico-financeira das empresas no país, na República e no Estado.

1. IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA
 - 1.1. Código: CNM 5220
 - 1.2. Nome: Economia de Empresas I
 - 1.3. No. de horas/aula: 04 semanais
 - 1.4. Carga Horária: 60 horas/aula
2. PRÉ-REQUISITOS: CNM 5312 Análise de Investimentos
3. IDENTIFICAÇÃO DA OFERTA: Curso de graduação em Ciências Econômicas
4. OBJETIVOS DA DISCIPLINA

Esta disciplina tem como objetivo desenvolver competências no entendimento das questões empresariais relacionadas com o uso sistemático e criativo dos conceitos e métodos das estratégias empresariais, a formulação e avaliação de planos estratégicos e táticos numa organização. O seu desenvolvimento deve possibilitar uma visão integrada da estratégia na empresa contemporânea, possibilitando acompanhar as principais tendências do processo de elaboração de planos estratégicos, alianças e fusões que as grandes corporações estão realizando para aumentarem suas vantagens competitivas. Ênfase especial será dada na análise dos elementos estratégicos que impactam o ambiente intenso e dinâmico da competição, o qual exige rápidas mudanças na formulação de estratégias de novos negócios.

5. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- 5.1 Estratégia empresarial
 - 5.1.1 Conceitos e noções básicas
 - 5.1.2 Tipos de estratégias empresariais
 - 5.1.3 Componentes da estratégia empresarial
 - 5.1.4 Complexidade das formulações estratégicas no ambiente de competição

Bibliografia

OLIVEIRA, D.P.R.(1988), cap. 1

ANSOFF, H.I. (1977), cap.6

- 5.2 Os níveis da estratégia empresarial
 - 5.2.1 As estratégias da empresa
 - 5.2.2 As estratégias da atividade
 - 5.2.3 As estratégias funcionais
 - 5.2.4 As estratégias de cooperação e internacionalização
 - 5.2.5 As modalidades de crescimento das empresas

Bibliografia

STONNER, J.A F.(1985), cap.7

FARABGMEHR, M. & EIRIZ, V.(1998)

FUNDAÇÃO DOM CABRAL (1996), cap. 2, 3 e 4

TRICHES, D. (1996)

OLIVEIRA, D.P.R. (1991), cap.3

MARKIDES, C. (1998)

ANSOFF (1977)

PORTER (1991), cap.2, 14 e 16

- 5.3 Ferramentas e modelos de análise estratégica

- 5.3.1 O ciclo de vida dos produtos
- 5.3.2 A curva de experiência
- 5.3.3 A matriz de impacto das estratégias de marketing no lucro
- 5.3.4 A matriz do portfólio de negócios ou de produtos
- 5.3.5 Análise da estrutura da indústria
- 5.3.6 Análise estrutural dentro da indústria

Bibliografia

OLIVEIRA, D.P.R.(1988), cap. 4

- PORTER, M.E.(1991), cap.1
GRACIOSO, F. (1987). Cap.4 e 5
- 5.4 Planejamento estratégico dos negócios
- 5.4.1 Conceitos
- 5.4.2 Elementos estruturais e fundamentais do planejamento
- 5.4.3 Tipos de planejamento
- 5.4.4 Modelos de formulação do planejamento estratégico
- 5.4.5 Gerenciamento do processo de planejamento
- Bibliografia
- OLIVEIRA, D.P.R. (1986)
- STONNER, J.A F.(1985), cap.7
- GRACIOSO, F. (1987), cap. 1 e 2
- TAVARES, M.C. (1991), cap.1, 4 a 11
- CONTADOR, J.C. (1995)
- 5.5 Cenários empresariais
- 5.5.1 Definições
- 5.5.2 Tipos de cenários
- 5.5.3 Metodologia para a construção de cenários
- 5.5.4 Jogos simulados de negócios
- Bibliografia
- PORTER, M.E. (1992), cap.13
- OLIVEIRA, D.P.R. (1988), cap.3

6. BIBLIOGRAFIA

6.1 Bibliografia obrigatória

ANSOFF, h. Igor (1977). Estratégia empresarial. Editora McGraw-Hill, S. Paulo.

GRACIOSO, F. (1987) Planejamento estratégico orientado para o mercado. Atlas, São Paulo.

HAMEL, G. e PRAHALAD, C. K. (1995). Competindo pelo futuro. Estratégias inovadoras para obter o controle do seu setor e criar os mercados de amanhã. Editora Campus, Rio de Janeiro.

OLIVEIRA, D.P.R.(1988) Estratégia empresarial: uma abordagem empreendedora. Atlas, São Paulo

PORTER, Michael E. (1991). Estratégia competitiva: técnicas para a análise de indústrias e da concorrência. 6ª edição. Campus, Rio de Janeiro.

6.2 Bibliografia complementar

ALBRECHT, Karl (1994). Programando o futuro. O trem da linha norte. Definindo os objetivos. Determinando a direção. Programando os destinos de sua empresa. Makron Books, São Paulo.

CARDOSO, Luis (1995). Gestão estratégica das organizações. Editora Verbo, Lisboa.

CHIAVENATO, Idalberto (1987). Administração de empresas. Uma abordagem contingencial. Editora Mc-Graw Hill, São Paulo.

CONTADOR, J.C. Recomendações sobre o processo de planejamento estratégico. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 35, n.3.

DÉTRIE, Jean-Pierre et al. (1993). Estratégia, estrutura, decisão, identidade e política global de empresas. Editora Dom Quixote, Lisboa.

EDITORA FUTURA (1998). Revista de Tecnologia da Informação e Estratégia Empresarial. Diversos números. SP.

FARHANGMEHR, M & EIRIZ, V.(1998). Domínios de cooperação e tipos de alianças estratégicas envolvendo empresas industriais. Anais do Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração de Empresas.

FUNDAÇÃO DOM CABRAL (1996). Internacionalização de empresas brasileiras. Qualitymark, Rio de Janeiro.

GAJ, L.(1987) Administração estratégica. Ática, São Paulo.

GAZETA MERCANTIL. Journal de economia e finanças. Diversos números.

GODET, Michel (1993). Manual de prospectiva estratégica. Editora Dom Quixote, Lisboa.

HSM. Management.. Diversos números. HSM, São Paulo.

KOTLER, Philip.(1995). Administração de marketing. Análise, planejamento, implementação e controle. 4ª ed. Ed Atlas, SP.

MAGRATH, Allan. J. (1996). Marketing sem erro. Livraria Nobel S.A. São Paulo.

MARKIDES, C. (1998) Diversificar: sim ou não? Management, HSM, n.10, 2, set-out.

MARTINET, A.Ch.(1992). Estratégia. Edições Sílabo, Lisboa.

McGEE, J. e PRUSAK, L. (1995). Gerenciamento estratégico da informação. Aumente a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica. Editora Campus, Rio de Janeiro.

MINTZBERG, Henry (1995). Estrutura e dinâmica das organizações. Editora Dom Quixote, Lisboa.

NADLER, D. A. et ali.(1994). Arquitetura organizacional. A chave para a mudança empresarial. Editora Campus, Rio de Janeiro.

NOLAN, R. L. e CROSON, D.C. (1996). Destruição criativa. Um processo de seis etapas para transformar sua organização. Editora Campus, Rio de Janeiro.

OLIVEIRA, D.P.R. (1991) O executivo estadista: uma abordagem evolutiva para o executivo estrategista e empreendedor. Atlas, São Paulo.

PEPPERS, DON e ROGERS, Martha (1994). Marketing individualizado na era do cliente. Campus, Rio de Janeiro.

PORTER, Michael (1992). Vantagem competitiva. Criando e sustentando um desempenho superior. 6ª edição. Campus, RJ.

PORTER, Michael (1993). A **vantagem competitiva das nações**. Campus, Rio de Janeiro

SANTOS, Francisco Lopes (1993). Estratégia e competitividade. 2ª. Edição.



Documento assinado digitalmente
Carlos Alberto do Espírito Santo Junior
Data: 02/07/2021 20:28:22-0300
CPF: 116.318.987-10
Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>