



FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO: FAGEN32405	COMPONENTE CURRICULAR: MODELOS DE NEGÓCIOS	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS		SIGLA: FAGEN
CH TOTAL TEÓRICA: 30 horas	CH TOTAL PRÁTICA: 0 - horas	CH TOTAL: 30 horas

1. OBJETIVOS

Compreender as fontes de vantagem competitiva nos negócios de sucesso em TI. Mostrar a abrangência da tecnologia da informação em negócios inovadores de diferentes setores. Apresentar novas lógicas de criação de negócios e de parcerias estratégicas. Apresentar ferramentas para elaboração de modelos de negócios.

2. EMENTA

Tipos de vantagem competitiva. Lógicas alternativas de modelos de negócios. Formatação de modelos de negócios. Estudo de casos de sucesso em TI.

3. PROGRAMA

1. Estratégia e o conceito de vantagem competitiva

1.1. Conceitos de vantagem competitiva sustentável e vantagem competitiva temporária.

1.2. Origens teóricas da vantagem competitiva.

1.3. Estudos de casos (de sucesso ou insucesso) em TI e outros setores.

2. Estratégia, competitividade e mercado

2.1. Competindo por custo e diferenciação.

2.2. Verticalização, diversificação, alianças estratégicas e outras estratégias empresariais.

2.3. As implicações competitivas do conceito de postponement.

2.4. Organização virtual.

2.5. A estratégia do oceano azul.

2.6. Estudos de casos (de sucesso ou insucesso) em TI e outros setores.

3. Lógicas inovadoras na criação de modelos de negócios

3.1. Stakeholders: definições, responsabilidade social corporativa.

3.2. Negócios verdes em TI.

- 3.3. Lógica do modelo Cauda longa.
- 3.4. Lógica do modelo Grátis (Free).
- 3.5. Estudos de casos (de sucesso ou insucesso) em TI e outros setores.

4. Formatos de modelos de negócios

- 4.1. Business Model Generation – Canvas.
- 4.2. Modelos de negócios na Web: compra coletiva, shopping virtual e outros.
- 4.3. Plataforma e e-commerce.
- 4.4. Estudos de casos (de sucesso ou insucesso) em TI e outros setores.

4. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- 1. ANDERSON, C. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- 2. BESANKO, D.; DRANOVE, D.; SHANLEY, M.; SCHAEFER, S. **A economia da estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- 3. HITT, M.A.; IRELAND, R.D.; HOSKISSON, R.E. **Administração Estratégica**: competitividade e globalização. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

5. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- 1. ANDERSON, C. **Free**: o futuro dos preços. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- 2. KIM, W. C.; MAUBORGNE, R. **A estratégia do oceano azul**: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- 3. PORTER, M. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise da indústria e da concorrência. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- 4. PORTER, M. **Vantagem competitiva**: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1994.
- 5. PRAHALAD, C. K. **Competindo pelo futuro**: estratégias inovadoras para obter o controle do seu setor e criar os mercados de amanhã. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

6. APROVAÇÃO

Prof. Dr. Cristiano Henrique Antonelli da Veiga
Coordenador do Curso de Graduação em
Gestão da Informação

Profª Drª Cíntia Rodrigues de
Oliveira
Diretora da Faculdade de Gestão e
Negócios



Documento assinado eletronicamente por **Cristiano Henrique Antonelli da Veiga, Coordenador(a)**, em 24/03/2022, às 11:33, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Cíntia Rodrigues de Oliveira, Diretor(a)**, em 29/06/2022, às 08:54, 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?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3416812** e o código CRC **77189CBB**.

Referência: Processo nº 23117.013791/2022-40

SEI nº 3416812