



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA



FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO:	COMPONENTE CURRICULAR: MODELOS DE NEGÓCIOS	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS		SIGLA: FAGEN
CH TOTAL TEÓRICA: 30 horas	CH TOTAL PRÁTICA: - 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**. 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. Jean Carlos Domingos
Coordenador do Curso de Graduação em Gestão
da Informação

Profª Drª Kárem Cristina de Sousa Ribeiro
Diretora da Faculdade de Gestão e Negócios



Documento assinado eletronicamente por **Jean Carlos Domingos, Coordenador(a)**, em 20/11/2019, às 10:32, 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 **Kárem Cristina de Sousa Ribeiro, Diretor(a)**, em 06/12/2019, às 15:12, 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 **1660382** e o código CRC **A5768A66**.

Referência: Processo nº 23117.094672/2019-84

SEI nº 1660382