



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**

Conhecer os conceitos essenciais que definem um modelo de negócio. Compreender as fontes de vantagem competitiva. Conhecer e aplicar ferramentas para criação e validação de modelos de negócios.

2. **EMENTA**

Conceitos sobre definição de modelos de negócios; Vantagem competitiva; Validação de modelos de negócios; Ferramentas para criação de modelo de negócio.

3. **PROGRAMA****1. Modelo de negócio e vantagem competitiva**

- 1.1 Criação de valor
- 1.2 Estratégia
- 1.3 Vantagem competitiva

2. Vantagem competitiva

- 2.1 Análise estrutural da indústria-Modelo das 5 forças de Porter
- 2.2 Visão baseada em recursos (Resource-based view - RBV)
- 2.3 Identificação e avaliação de oportunidades de negócio

3. Validação de modelos de negócios (Desenvolvimento de clientes de Steven Blank)

- 3.1 Descoberta de clientes
- 3.2 Validação pelos clientes

4. Ferramentas para criação de modelos de negócios

4.1 A estratégia do oceano azul

4.2 Business Model Generation - Canvas

4. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARNEY, J. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. São Paulo: Prentice Hall, 2008.

BLANK, S. G. **Do sonho à realização em 4 passos**. 3. ed. São Paulo: Évora, 2012.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation: inovação em modelos de negócios**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

5. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BESANKO, D.; DRANOVE, D.; SHANLEY, M.; SCHAEFER, S. **A economia da estratégia**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

KIM, W. C.; MAUBORGNE, R. **A estratégia do oceano azul: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante**. 20. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, c2005.

PARASURAMAN, A.; COLBY, C. L. **Marketing para produtos inovadores: como e por que seus clientes adotam tecnologia**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

VASCONCELOS, F. C.; CYRINO, Á. B. Vantagem competitiva: os modelos teóricos atuais e a convergência entre estratégia e teoria organizacional. **Revista de Administração de Empresas – RAE**. São Paulo, v. 40, n.4, p. 20-37, Out./Dez. 2000.

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS. Rio de Janeiro: Ed. da FGV, 1961- . ISSN 2178-938X. Bimestral. Publica índice de autores e assuntos. Disponível em: <https://rae.fgv.br/rae>. Acesso em: 1 set. 2020.

6. APROVAÇÃO

Prof. Dr. Eduardo Giarola
Coordenador do Curso de Graduação em Administração

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



Documento assinado eletronicamente por **Eduardo Giarola, Presidente**, em 13/10/2020, às 20:27, 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 15/10/2020, às 14:04, 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 **2318871** e o código CRC **8C8175A7**.



Referência: Processo nº 23117.061000/2020-26

SEI nº 2318871