



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

**FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR**

<b>CÓDIGO:</b> -	<b>COMPONENTE CURRICULAR:</b> Empresa e Produto	
<b>UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE:</b> Faculdade de Gestão e Negócios		<b>SIGLA:</b> FAGEN
<b>CH TOTAL TEÓRICA:</b> 60	<b>CH TOTAL PRÁTICA:</b> 0	<b>CH TOTAL:</b> 60

**OBJETIVOS**

Capacitar os alunos a compreender e aplicar os conceitos de teoria economia, oferta e demanda, negociação através da teoria dos jogos e falhas de mercado.

**EMENTA**

- I. Decisão de Preço no Contexto de Mercado Competitivo
- II. Entendendo o Lado do Consumidor: a Teoria do Comportamento do Consumidor e da Demanda
- III. Entendendo o Lado da Empresa: A Teoria do Comportamento do Produtor e da Oferta O Ambiente em que São Tomadas as Decisões de Produção e Consumo: As Estruturas de Mercado e suas Implicações na Tomada de Decisão.
- IV. Negociação: Teoria dos Jogos
- V. Falhas de Mercado

**PROGRAMA**

1. **Decisão de Preço no Contexto de Mercado Competitivo**
  - 1.1. O Mecanismo do Mercado: Oferta e Demanda na determinação do preço
    - 1.1.1. Equilíbrio de Mercado
    - 1.1.2. Choques Exógenos no lado da Demanda ou da Oferta
    - 1.1.3. Avaliação do Efeito (Parcial) de Bem-Estar Econômico de Políticas Públicas em Mercados Competitivos (impostos, subsídios, tarifas, quotas, preços controlados)
  - 1.2. Elasticidades

**2. Entendendo o Lado do Consumidor: a Teoria do Comportamento do Consumidor e da Demanda**

- 2.1. Os Desejos dos Consumidores
- 2.2. A Renda Limitada
- 2.3. O Processo Racional de Escolha
- 2.4. A Relação entre Preço e Consumo
- 2.5. Efeito Renda, Efeito Substituição, e a Inclinação da Curva de Demanda
- 2.6. A Lei da Demanda
- 2.7. A Curva de Demanda Individual
- 2.8. A Relação entre Renda e Consumo – Curva de Engel
- 2.9. Elasticidades de Preço da Demanda

**3. Entendendo o Lado da Empresa: A Teoria do Comportamento do Produtor e da Oferta**

- 3.1. Produção
- 3.2. Custos
- 3.3. Maximização de Lucros e Perfeita Competição
- 3.4. A Curva de Oferta Individual e Agregada
- 3.5. Elasticidades de Preço da Oferta

**4. O Ambiente em que São Tomadas as Decisões de Produção e Consumo: As Estruturas de Mercado e suas Implicações na Tomada de Decisão.**

- 4.1. Perfeita Competição
- 4.2. Monopólio
- 4.3. Precificação Avançada
- 4.4. Concorrência Monopolística
- 4.5. Oligopólio

**5. Negociação: Teoria dos Jogos**

- 5.1. Jogos e Decisões Estratégicas
- 5.2. Jogos Repetitivos e Sequenciais
- 5.3. Decisões Estratégicas dos Oligopolistas

**6. Falhas de Mercado**

- 6.1. Externalidades
- 6.2. Bens Públicos
- 6.3. Informação Assimétrica

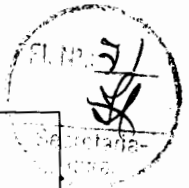
**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

PINDYCK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. **Microeconomia**. 6. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

YGOSSE BATTISTI, Jolanda E., A Volta à Microeconomia em 80+ Ferramentas. **Workbook em Microeconomia Intermediária com Aplicações Brasileiras e Internacionais**, 2006.

VASCONCELLOS, Marco Antônio Sandoval de. **Economia: micro e macro**. 4. ed. São Paulo: Atlas. 2006.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**



KRUGMAN, P. e R. WELLS. Introdução à Economia. Editora Campus, 2007

MENDES, R. C.; KESHAR, T.; BAÍDYA, N. **Introdução à Microeconomia**. São Paulo: Atlas, 1999.

MILLER, Roger LeRoy. **Microeconomia: teoria, questões e aplicações**. 4. Ed. São Paulo: McGraw-Hill. 1981.

SALVATORE, Dominick. **Microeconomia**. São Paulo: McGraw-Hill. 1984.

SIMONSEN, Mario Henrique. **Teoria microeconômica**. Rio de Janeiro: FGV. 1969.

**APROVAÇÃO**

23 / 09 / 11

Universidade Federal de Uberlândia  
Prof. Dr. João Bento de Oliveira Filho  
Coordenador do Curso de Administração  
Faculdade de Gestão e Negócios  
Carimbo e assinatura do Coordenador do Curso

03 / 10 / 2011

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
Prof. Walter Gomes da Cunha  
Diretor "pro-tempore" da Faculdade de Gestão e Negócios - FAGEN  
Carimbo e assinatura do Diretor da  
Unidade Acadêmica  
(que oferece a disciplina)

