



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	CH TOTAL PRÁTICA: 30	CH TOTAL: 60

OBJETIVOS

Mostrar a abrangência da tecnologia em negócios inovadores de diferentes setores. Apresentar modelos negócios em diferentes setores e de parcerias estratégicas para novos negócios vigentes no mundo moderno. Compreender as fontes de vantagem competitiva nos negócios de sucesso. Narrar as ações estratégicas que os empreendedores adotam para administrar a incerteza e assimetria da informação no processo empresarial.

EMENTA

Gestão do conhecimento. Estudo de casos de sucesso de diferentes empresas. Formatos de negócios. Desafios estratégicos.

PROGRAMA

- Gestão empresarial e gestão do conhecimento. A economia do conhecimento. Criação de conhecimento nas organizações. Aprendizagem nas organizações e aprendizagem organizacional. Mudança nas organizações. Ferramentas e mecanismos de gestão organizacional.
- Inovação e Empresas Inovadoras. Histórico, importância, conceito, características, fontes e tipologia de inovação. Inovação em serviços. Redes de Inovação. Modelos e metodologias de inovação. Propriedade intelectual. Modelo nacional de inovação brasileiro. Pensando empresas inovadoras no Brasil. Tendências e modelos de negócio. Oportunidades de negócios.
- Implicações do modelo de negócios para produtos e serviços: hierarquia dos conceitos de produto / serviço; ciclo de vida do produto / serviço; portfólio de produtos/serviços
- Desenvolvimento do projeto do produto/serviço para o novo negócio
- Diferenciação, segmentação de mercados e posicionamento do produto/serviço
- Análise conjunta: determinando quais dimensões são mais importantes
- Aumento de valor com novos atributos
- Inovação de valor: utilidade, preço e ganho no custo
- Redução de custos com eliminação de atributos dispensáveis



- Vantagem competitiva: um ingrediente essencial
- Escolha do formato organizacional
- Formando alianças e parcerias com empresas estabelecidas
- Competição e cooperação.
- A inovação no modelo de negócio: valor para os consumidores; valor para si mesmo; obtenção de recursos chave (pessoas, tecnologia, produtos, máquinas, equipamentos e marca);
- Desenvolvimento de processos chave para um negócio repetível e que tenha escala
- Análise da viabilidade das idéias de produtos/serviços para o novo negócio: análises de mercado e financeiras (evolução e potenciais de mercado, custos e fluxo de caixa).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KIM, W. Chan e MAUBORGNE, Renée. A estratégia do oceano azul. Rio Janeiro. Elsevier. 2005.

JOHNSON, M.; CHRISTENSEN, C., KAGERMANN, H. Reinventing Your Business Model. Harvard Business Review, December 2008.

PORTER, M.. Estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campus, 1999

TACHIZAWA, T.; CRUZ Jr., J.B.; ROCHA, J.A.O. Gestão de negócios. São Paulo. Atlas. 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ANDREASSI, Tales. Gestão da inovação tecnológica. São Paulo. Thomson Learning. 2007

BARON, Robert A. e SHANE, Scott A. Empreendedorismo: uma visão do processo. S.Paulo. Thomson Learning. 2007

BAXTER, M. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. 2. Ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.

BERNARDES, Roberto; ANDREASSI, Tales (org.). Inovação em serviços intensivos em conhecimento. São Paulo: Editora Saraiva, 2007.

BESSANT, John; TIDD, Joe. Inovação e Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2009.

projetos de inteligência coletiva. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007

CHRISTENSEN, C. M. O futuro da inovação: usando as teorias da inovação para prever mudanças no mercado. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007

CHESBROUGH, H.W. Open innovation: the new imperative for creating and profiting from technology. Boston: Harvard Business School Press, 2003.

CORAL, Eliza; OGLIARI, André; ABREU, Aline França (org.). Gestão integrada da inovação: estratégia, organização e desenvolvimento de produtos. São Paulo: Atlas, 2008.

DAVILA, Tony; EPSTEIN, Marc J.; SHELTON, Robert. As regras da inovação. Porto Alegre: Bookman, 2007.

DAY, Georges S.; SCHOEMAKER, Paul J. H.; GUNTHER, Robert E. Gestão de tecnologias emergentes. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DEGEN, Ronald Jean. Empreendedorismo: empreender como opção de carreira. São Paulo. Pearson – Prentice Hall. 2009.

HEATH, Chip; HEATH, Dan. Idéias que colam: por que algumas idéias pegam e outras não. Campus-Elsevier. 2011.

HUIZINGH, E.K.R.E. Open innovation: state of the art and future perspectives. Technovation, v. 31, p. 2-9, 2011.

MATTAR, F. N. Gestão de produtos, serviços, marcas e mercados: estratégias e ações para alcançar e manter-se top of market. São Paulo: Atlas, 2009.

MATTOS, João R. L.; GUIMARÃES, L. S. Gestão da tecnologia e da inovação: uma abordagem prática. São Paulo: Saraiva, 2005

NONAKA, I. & TAKEUCHI, H.. Criação do conhecimento na empresa. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

OLIVEIRA, João Bento. Empreendedorismo. Brasília: UAB. 2009.

PORTER, M. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus. 1989.

PINCHOT III, G., Intrapreneuring: por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor. São Paulo: Harbra, 1989

PRAHALAD, C. K.; KRISHNAN, M.S. A nova era da inovação: a inovação focada no relacionamento com o cliente. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

TIGRE Paulo Bastos. Gestão da Inovação: a economia da tecnologia no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

APROVAÇÃO

15, 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

20, 09, 2011
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Faculdade de Gestão e Negócios
Carimbo e assinatura do Diretor da
Unidade Acadêmica da Cunha
Diretor da Unidade FAGEN
(que exerce a disciplina)
Portaria Nº 897/2009



COMPONENTES CURRICULARES DE FORMAÇÃO EM PESQUISA

Componentes curriculares de Formação em Pesquisa				
Denominação do Componente curricular	Natureza	Carga Horária		
		Teo	Prát	Total
Métodos e Técnicas de Pesquisa	Obrigatória	15	15	30
Metodologia de Estágio	Obrigatória	30	0	30
Acompanhamento de Trabalho de Curso (TC)	Obrigatória	30	0	30
Carga Horária (CH)				90