
Ano Letivo 2020-21

Unidade Curricular GESTÃO ESTRATÉGICA

Cursos GESTÃO (1.º ciclo)

TURISMO (1.º ciclo) (*)

MARKETING (1.º ciclo) (*)

(*) Curso onde a unidade curricular é opcional

Unidade Orgânica Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Código da Unidade Curricular 14181093

Área Científica GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO

Sigla

Línguas de Aprendizagem
Português

Modalidade de ensino
Presenciais e/ou à Distância

Docente Responsável Georgette dos Santos Andraz

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Georgette dos Santos Andraz	OT; TP	TP1; OT1	42TP; 3OT

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
3º	S2	42TP; 3OT	140	5

* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Introdução à Gestão

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Proporcionar aos alunos:

1. Conhecimento dos fundamentos da gestão estratégica;
2. Desenvolver competências para um adequado processo de decisão empresarial em organizações empresariais nos mais diversos setores de atividade.
3. Capacidade de avaliação e alinhamento de estratégias empresariais.

De uma forma geral, o objectivo é oferecer um referencial teórico e prático capaz de proporcionar uma visão estruturada da atuação estratégica e sustentável das organizações.

Conteúdos programáticos

1. SENSIBILIZAÇÃO E ENQUADRAMENTO GERAL

- 1.1. Noções Gerais sobre Planeamento e Estratégia
- 1.2. Sistema de Planeamento

2. ABORDAGEM da GESTÃO ESTRATÉGICA

- 2.1. Análise Estratégica
 - 2.1.1. Análise do contexto interno e externo
- 2.2. Análise do contexto concorrencial
 - 2.2.1. Grupos estratégicos
 - 2.2.2. Análise Estrutural da Indústria
 - 2.2.3. Posição concorrencial
 - 2.2.4. Vantagem Competitiva e Análise da Cadeia de Valor
- 2.3. Alternativas de desenvolvimento estratégico
 - 2.3.1. Estratégias corporativas ou empresariais
 - 2.3.2. Estratégias competitivas
 - 2.3.2.1. Estratégias de diferenciação
 - 2.3.2.2. Estratégias de custos
- 2.4. Estratégias em contexto de mercado global

3. MODELO DE PLANEAMENTO de PORTFÓLIOS de NEGÓCIOS

4. NOVAS ABORDAGENS DA GESTÃO ESTRATÉGICA

Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

A gestão empresarial atual está cada vez mais condicionada por uma sociedade em rápida mutação, pelo que a capacidade estratégica do negócio revela-se fundamental na persecução dos objetivos organizacionais. Nesse sentido, é necessário proporcionar aos alunos conhecimentos teórico-práticos que permitam desenvolver capacidades técnicas e soft skills na área da gestão estratégica das organizações empresariais cada vez mais competitivas

A abordagem prática de ensino-aprendizagem, através do estudo de casos, resolução de problemas estratégicos da gestão da empresa em contexto real e sessões de conversas com gestores convidados, permitirá alcançar os objetivos definidos para a UC.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

5A avaliação da unidade curricular é constituída por uma Componente de Avaliação por Frequência CAF (peso 40%) + Exame (peso 60%)

-- Avaliação da CAF:

- **Teste; 30%**

- **Trabalho de grupo; 50%**

- **Avaliação do desempenho em aula; 20%**

- Admissão a exame de época normal: CAF $\geq$ 6 valores

- Dispensa de exame: CAF $\geq$ 12 valores

- Caso seja favorável ao aluno, a nota de exame de época normal pondera com a CAF para o cálculo da nota de admissão a exames posteriores durante o ano letivo de obtenção da CAF.

- Na época especial de conclusão de curso ou de melhoria de classificação, o resultado do exame corresponde a 100% da nota da UC.

- O aluno pode utilizar a CAF obtida no ano letivo anterior na UC, mediante solicitação prévia, por escrito, ao docente.

Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

As aulas são ministradas, com base em metodologias ativas de ensino aprendizagem, com vista a dotar os alunos com capacidades para dominar técnicas prospetivas que permitam refletir sobre a evolução futura da empresa, no sentido de apoiar a ação presente. Com esta metodologia, centrada no estudante como sujeito ativo, permitirá aos estudantes não só o desenvolvimento de capacidades técnicas de gestão estratégica, como também as designadas soft skills.

A resolução de problemas estratégicos em contexto da gestão empresarial real e o trabalho em grupo, em conjunto com sessões de "conversas com gestores convidados", contribuirão para uma formação sólida dos estudantes, como sujeito ativo do processo de ensino aprendizagem, e reforçam a importância dos conteúdos lecionados.

Bibliografia principal

- Carvalho, José Crespo e Filipe, José Cruz (2006). *Manual de estratégia: Conceitos, prática e roteiro*. Edições Sílabo, Lisboa.
- Serra, Fernando R., Ferreira Manuel P.; Torres, M. Cândida (2011). *Gestão estratégica: conceitos e prática* (2ª ed.). Editora Lidel, Lisboa.
- Freire, Adriano (2020). *Estratégia e Criação de Valor Sustentável em Negócios Tradicionais e Digitais*. Bertrand, Lisboa.
- Freitas e Silva J. (tradução). (2000), Strategor - *Política global da empresa*. Publicações Dom Quixote (3ª ed. atualizada), Lisboa.
- Porter, Michael E. (2004). *Estratégia Competitiva. Técnicas para análise de indústrias e da concorrência (2ª ed.)*, Elsevier Editora, São Paulo.
- Robalo, António J. Santos. (2008). *Gestão Estratégica - Conceitos, modelos e instrumentos*. Escolar Editora..
- Teixeira, Sebastião (2015). *Gestão Estratégica*. Editor a. Escolar.

Academic Year 2020-21

Course unit STRATEGIC MANAGEMENT

Courses MANAGEMENT (DAY CLASSES)
TOURISM (*)
MARKETING (*)

(*) Optional course unit for this course

Faculty / School SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

Main Scientific Area

Acronym

Language of instruction Portuguese

Teaching/Learning modality Classroom-based and/or distance learning

Coordinating teacher Georgette dos Santos Andraz

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Georgette dos Santos Andraz	OT; TP	TP1; OT1	42TP; 3OT

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	42	0	0	0	0	3	0	140

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

Pre-requisites

no pre-requisites

Prior knowledge and skills

Introduction to Management

The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

1. Understand the fundamentals of strategic management;
2. Develop knowledge and skills for an appropriate business decision-making process, in the strategic management area in particular, in business organizations in various sectors of activity;
3. Develop competence to evaluate and align business strategies;

In general, the main goal is to provide a theoretical and practical framework capable of providing a structured view of the strategic performance and sustainability of organizations.

Syllabus

1. INTRODUCTION
 - 1.1 Basics of planning and strategy

1.2 Planning System

2. STRATEGIC MANAGEMENT APPROACH

2.1 Strategic Analysis

2.1.1 Internal and external context analysis

2.2 Competitive context analysis

2.2.1 Strategic Groups

2.2.2 Industry structure analysis

2.2.3 Competitive positioning

2.2.4 The value of the activity domain and the competitive positioning

2.3 Strategic development alternatives

2.3.1. Corporate strategies

2.3.2. Competitive strategies

2.3.2.1 Differentiation strategies

2.3.2.2. Cost strategies

2.4. Strategies in a Global Market Context

3. BUSINESS PORTFOLIO PLANNING MODEL

4. NEW APPROACHES TO STRATEGIC MANAGEMENT

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives

Today's business management is increasingly conditioned by a rapidly changing society, so the strategic capacity of the business is essential in the pursuit of organizational objectives. In this sense, it is necessary to provide students with theoretical and practical knowledge in order to acquire technical and soft skills in the area of strategic management of the competitive business organizations.

The practical teaching-learning approach, through case studies, group work, solving strategic problems of company management in a market real context and sessions of conversations with invited managers, will provide the basis for achieving the objectives defined for the CU.

The development of a group work is intended to expose students, inter alia, to a "real-world" strategic issue-solving situation and so develop their competences for business strategic management.

Teaching methodologies (including evaluation)

Theoretical-practical classes, case studies discussions, and strategic problem solving

Continuous Assessment (CA) component (40%) + Exam (60%).

The CA component comprises:

- Test; 30%

- Group work; 50%

- Assessment of classroom performance: 20%.

Admission to the exam during the 'época normal' period: a final CA grade of ≥ 6 is needed;

Students with a final CA grade of ≥ 12 are exempt from the exam.

If favorable to the student, the exam mark from the 1st exam period calculated with the CA grade will be applied for admission to further exam periods during the same academic year.

In the Special Exam Period for concluding the Course, or for improving the final classification, the exam weighting is 100%.

The student may use the CA grade obtained in the previous academic year by applying in writing to the course unit teacher.

Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes

Classes are taught, based on active teaching and learning methodologies, in order to provide students with the skills to master prospective techniques that allow them to reflect on the future evolution of the company, in order to support the present action. With this methodology, centered on the student as an active subject, it will develop students' technical skills as well as the so-called soft skills.

The resolution of strategic problems in the context of real business management and group work, together with sessions of "conversations with invited managers", will contribute to a solid formation of the students, as an active subject in the teaching-learning process, and reinforce the importance of the contents taught.

Main Bibliography

- Carvalho, José Crespo e Filipe, José Cruz (2006). *Manual de estratégia: Conceitos, prática e roteiro*. Edições Sílabo, Lisboa.
- Serra, Fernando R., Ferreira Manuel P.; Torres, M. Cândida (2011). *Gestão estratégica: conceitos e prática* (2ª ed.). Editora Lidel, Lisboa.
- Freire, Adriano (2020). *Estratégia e Criação de Valor Sustentável em Negócios Tradicionais e Digitais*. Bertrand, Lisboa
- Freitas e Silva J. (tradução). (2000), *Strategor - Política global da empresa. Publicações Dom Quixote* (3ª ed. atualizada), Lisboa.
- Porter, Michael E. (2004). *Estratégia Competitiva. Técnicas para análise de indústrias e da concorrência* (2ª ed.), Elsevier Editora, São Paulo.
- Robalo, António J. Santos. (2008). *Gestão Estratégica - Conceitos, modelos e instrumentos*. Escolar Editora.
- Teixeira, Sebastião (2015). *Gestão Estratégica*. Editor a. Escolar.