
Ano Letivo 2023-24

Unidade Curricular GESTÃO ESTRATÉGICA

Cursos GESTÃO (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

Código CNAEF (3 dígitos) 345

Contributo para os Objetivos de
Desenvolvimento Sustentável - 9; 8; 17
ODS (Indicar até 3 objetivos)

Línguas de Aprendizagem

Português

Modalidade de ensino

Presencial

Docente Responsável

Georgette dos Santos Andraz

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Georgette dos Santos Andraz	OT; TP	TP1; TP2; TP3; OT1; OT2; OT3	84TP; 6OT

* 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:

- Compreensão dos fundamentos da gestão estratégica;
- Capacidade de avaliação e alinhamento de estratégias empresariais
- Desenvolvimento de conhecimentos técnicos e analítico adequados para a tomada de decisão;
- Desenvolvimento de raciocínio crítico e capacidade de resolução de problemas;
- Desenvolvimento de soft skills, designadamente capacidade de iniciativa, criatividade, comunicação e aprendizagem ativa .

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

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Aulas teórico-práticas, discussões de estudos de caso, aprendizagem ativa e resolução de problemas estratégicos.

Avaliação por frequência

-Teste - 40%; Trabalho - 40%; Outras atividades - 20%.

Reúnem as condições de acesso ao teste os estudantes que tenham obtido uma nota mínima de 8 valores no trabalho.

O teste decorre na data do exame de época normal.

Na época normal, os estudantes apenas podem ser avaliados por frequência.

Condições de acesso aos exames (exceto épocas de melhoria e para conclusão do curso):

-Nota mínima de 8 valores no trabalho.

-Avaliação: Exame: 60%; trabalho: 40%.

Avaliação por exame de épocas de melhoria e para conclusão do curso: 100%.

Avaliação por frequência ou por exame:

-Aprovação com nota final superior a ≥ 10 valores (arredondada às unidades), desde que sejam cumpridos os requisitos de avaliação expressos na FUC.

Bibliografia principal

- Grant, Robert M. (2016); Contemporary Strategy Analysis ? Ninth Edition; John Wiley & Sons
- Freire, Adriano (2020). *Estratégia. Criação de Valor Sustentável em Negócios Tradicionais e Digitais*. Bertrand Editora, 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..
- Serra, Fernando R., Ferreira Manuel P.; Torres, M. Cândida (2011). *Gestão estratégica: conceitos e prática* (2ª ed.). Editora Lidel, Lisboa.
- Teixeira, Sebastião (2015). *Gestão Estratégica*. Editor a. Escolar.

Academic Year 2023-24

Course unit STRATEGIC MANAGEMENT

Courses MANAGEMENT (DAY CLASSES) (1st cycle)
MARKETING (1st cycle) (*)

(*) Optional course unit for this course

Faculty / School SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

Main Scientific Area

Acronym

CNAEF code (3 digits) 345

Contribution to Sustainable Development Goals - SGD
(Designate up to 3 objectives) 9; 8; 17

Language of instruction Portuguese

Teaching/Learning modality

Classroom-based

Coordinating teacher

Georgette dos Santos Andraz

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Georgette dos Santos Andraz	OT; TP	TP1; TP2; TP3; OT1; OT2; OT3	84TP; 6OT

* 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)

- Understanding of the fundamentals of strategic management.
- Ability to evaluate and align business strategies
- Development of technical and analytical knowledge suitable for decision-making;
- Development of critical thinking and problem-solving skills; ?
- Development of soft skills, such as the capacity for initiative, creativity, communication, and active learning.

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

Teaching methodologies (including evaluation)

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

Continuous assessment:

- Test - 40%; assignment - 40%; other activities - 20%.
- To take the test, students need a grade of ≥ 8 on the assignment.
- The test will take place in the 1st period of exams.
- In the 1st exam dates (exame época normal), students will only have a continuous assessment.

Assessment by exam:

- A minimum grade of 8 is required in the assignment.
- Assessment by exam: Exam 60% and assignment 40%.

Exams for improving the grade or concluding the course: 100%.

Continuous assessment or by exam:

-The pass mark is ≥ 10 (rounded to the units), as long as all the requirements for assessment as defined in the FUC have been met.

Main Bibliography

- Grant, Robert M. (2016); Contemporary Strategy Analysis ? Ninth Edition; John Wiley & Sons
- Freire, Adriano (2020). *Estratégia. Criação de Valor Sustentável em Negócios Tradicionais e Digitais*. Bertrand Editora, 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 (2º ed.)*, Elsevier Editora, São Paulo.
- Robalo, António J. Santos. (2008). *Gestão Estratégica - Conceitos, modelos e instrumentos*. Escolar Editora..
- Serra, Fernando R., Ferreira Manuel P.; Torres, M. Cândida (2011). *Gestão estratégica: conceitos e prática (2ª ed.)*. Editora Lidel, Lisboa.
- Teixeira, Sebastião (2015). *Gestão Estratégica*. Editora. Escolar.