
Ano Letivo 2022-23

Unidade Curricular GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES

Cursos MARKETING (1.º ciclo)

Unidade Orgânica Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Código da Unidade Curricular 15161080

Área Científica CIÊNCIAS EMPRESARIAIS

Sigla

Código CNAEF (3 dígitos) 340

Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos) 8;10;13

Línguas de Aprendizagem Português (PT)

Modalidade de ensino

Presencial.

Docente Responsável

Georgette dos Santos Andraz

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Ana Suzete Dias Semedo	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
1º	S1	42TP; 3OT	140	5

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

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Não se aplica.

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

- 1- Compreender os conceitos relativos à empresa, à gestão e ao gestor;
- 2- Compreender os conteúdos associados às funções estruturantes da gestão (planeamento, organização, direção e controlo) bem como as suas inter-relações;
- 3-Compreender o funcionamento interno das empresas e o seu enquadramento no meio envolvente que as rodeia;
- 4-Desenvolver competências de aplicação de métodos e princípios de gestão;
- 5-Compreender a dimensão ética e o papel da responsabilidade social das empresas na sociedade e na economia;
- 6 -Compreender a importância do empreendedorismo corporativo e o papel da inovação no contexto social e económico.

Conteúdos programáticos

Capítulo I Conceitos gerais

1. Conceitos no contexto da organização
2. A gestão, os gestores e a hierarquia de gestão
3. Visão histórica e contemporânea da gestão

Capítulo II - O Processo de Planeamento Estratégico

1. A visão, a missão, os valores e os objetivos da organização
2. Análise estratégica: o ambiente interno e externo das organizações
 - 2.1. Análise da indústria
 - 2.2. Criação de valor e vantagens competitivas
3. A formulação, implementação de estratégias e tomadas de decisão.

Capítulo III - Como organizar a empresa

1. Tipos de estrutura organizacional

Capítulo IV - Ética e responsabilidade social das organizações

Capítulo V - Empreendedorismo e inovação

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Aulas teórico-práticas, discussão de casos e resolução de problemas estratégicos de gestão de empresas em contexto real.

Avaliação da UC: Componente de Avaliação por Frequência (CAF) (peso 40%) + Exame (peso 60%)

- Avaliação da CAF: Teste (peso 40%); Trabalho em Grupo (peso 40%); Outras atividades (peso 20%).

- Dispensa de exame: CAF \geq 12 valores

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

Bibliografia principal

Carvalho, J. E. (2019). Gestão de Empresas - Princípios Fundamentais, 5º Ed., Sílabo, Lisboa.

Ferreira, M.P.; Santos, J. C. Reis, N. e Marques, T. (2010). Gestão Empresarial, Lidel - Edições Técnicas, Lisboa.

Lisboa, J., Coelho, A. e Almeida, F. (2011). Introdução à Gestão das Organizações, (3ªed.), Vida Economica, Lisboa.

Pinto, Carlos A. et al (2006). Fundamentos de Gestão. Lisboa: Editorial Presença, Lisboa.

Renda, A.I; Ribeiro, F.P. e Baleiro, R. (2017). Manual de Regras para Trabalhos Académicos em Ciências Sociais, Edições Colibri, Lisboa.

Teixeira, S. (2013). Gestão das Organizações, Ed.reimpressão, Editora Escolar, Lisboa.

Portugal, M.N. (2017). Empreendedorismo: Gestão Estratégica. (2ª ed.), Editora Escolar, Lisboa.

Academic Year 2022-23

Course unit MANAGEMENT OF ORGANIZATIONS

Courses MARKETING

Faculty / School SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

Main Scientific Area

Acronym

CNAEF code (3 digits) 340

Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives) 8;10;13

Language of instruction Portuguese (PT)

Teaching/Learning modality Classroom-based learning

Coordinating teacher Georgette dos Santos Andraz

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Ana Suzete Dias Semedo	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

Not required

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

- The student will acquire knowledge of the basic concepts related to firms, management, and business manager;
- The student will acquire knowledge of the contents associated with the structuring functions of management (planning, organization, direction, and control) as well as their interrelationships;
- The student should be able to handle some tools related to the management functions, in order to achieve the business objectives
- The student will understand the importance of management and manager's ethical behavior and social responsibility of the organizations.
- The student will develop an understanding of the importance of corporate entrepreneurship, entrepreneurs and innovation process in the social and economic environment.

Syllabus

Chapter I - General concepts

1. Concepts in the context of organizations
2. Management and management hierarchy
3. The Historical and contemporary approach of management

Chapter II- The strategic planning process

1. Vision, mission, values, and goals of organizations
2. Strategic analysis: internal and external environment of organizations
 - 2.1. Industry analysis
 - 2.2. Competitive advantages and creation of value
3. Formulation and implementation of strategies and decision making process.

Chapter III - How to organize the organization?

1. Types of organizational structure

Chapter IV - Ethics and social responsibility of the organization

Chapter V - Entrepreneurship and innovation

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 (40%); Group work (40%); Other activities (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 first 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.

Main Bibliography

Carvalho, J. E. (2019). Gestão de Empresas - Princípios Fundamentais, 5ª Ed., Edições Sílabo, Lisboa.

Ferreira, M.P.; Santos, J. C. Reis, N. e Marques, T. (2010). Gestão Empresarial, Lidel - Edições Técnicas, Lisboa.

Lisboa, J., Coelho, A. e Almeida, F. (2011). Introdução à Gestão das Organizações, (3ªed.), Vida Economica, Lisboa.

Pinto, Carlos A. et al (2006). Fundamentos de Gestão. Lisboa: Editorial Presença, Lisboa.

Renda, A.I; Ribeiro, F.P. e Baleiro, R. (2017). Manual de Regras para Trabalhos Académicos em Ciências Sociais, Edições Colibri, Lisboa.

Teixeira, S. (2013). Gestão das Organizações, Ed.reimpressão, Editora Escolar, Lisboa.

Portugal, M.N. (2017). Empreendedorismo: Gestão Estratégica. (2ª ed.), Editora Escolar, Lisboa.