English version at the end of this document

Ano Letivo	2019-20
Unidade Curricular	GESTÃO ESTRATÉGICA
Cursos	DIREÇÃO E GESTÃO HOTELEIRA (2.º Ciclo) HOTELARIA, EMPREENDEDORISMO E PROJETOS DE INVESTIMENTO RAMO HOTELARIA E FUNÇÃO COMERCIAL RAMO HOTELARIA, EMPREENDEDORISMO E PROJETOS DE INVESTIMENTO HOTELARIA E FUNÇÃO COMERCIAL
Unidade Orgânica	Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo
Código da Unidade Curricular	16991000
Área Científica	CIÊNCIAS EMPRESARIAIS
Sigla	
Línguas de Aprendizagem	Português
Modalidade de ensino	Aulas teórico-práticas presenciais
Docente Responsável	Manuel Arnedo Geraldo

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Manuel Arnedo Geraldo	OT; TP	TP1; OT1	24TP; 5OT
Francisco José Simões Pinto	TP	TP1	6TP

* 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	30TP; 5OT	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)

Os objetivos da disciplina são dotar os estudantes de ferramentas analíticas que lhes permitam compreender e desenhar estratégias de negócio e empresariais tendo em vista a sua implementação numa determinada organização.

Conteúdos programáticos

1- Sensibilização e Enquadramento Geral

2- Análise Estrutural da Indústria Hoteleira: Estrutura e Intensidade da Concorrência

3- Análise do Contexto Concorrencial: Fatores Estratégicos Internos; Grupos Estratégicos e Fatores Críticos de Sucesso

4- Vantagem Competitiva e Criação de Valor

4.1- Os Efeitos da Criação de Valor sobre o Desempenho

5- Estratégias Competitivas

5.1-As Estratégias de Custo: Implicações Estratégicas do Efeito de Experiencia

5.2- As Estratégias de Diferenciação: Grelha de Análise e Tipologias

6- As Estratégias de Desenvolvimento: Especialização e Diversificação.

7- Estudo Crítico de Casos Práticos

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

O conteúdo programático da Gestão Estratégica consiste na apresentação dos conceitos básicos, de técnicas e metodologias que permitem a formulação, a análise, a síntese e a avaliação estratégica das organizações.

A realização de um trabalho prático, dividido em etapas, aplicado a uma empresa real da indústria hoteleira permite a aplicação dos conhecimentos.

Esta metodologia é coerente com os objetivos desta unidade curricular.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Avaliação da UC:

- Componente de Avaliação por Frequência CAF (peso 100%)

- Avaliação da CAF: 50% - Teste: 50% - Trabalho de grupo

- Dispensa de exame: CAF >= 10 valores

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

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

A metodologia de ensino promove a análise e síntese de inter-relações entre os conceitos básicos e metodologias de análise de gestão estratégica.

Por outro lado, incentiva a análise crítica de casos práticos e o desenho e avaliação de cenários alternativos.

O trabalho em grupo orienta-se para a aprendizagem do pensamento estratégico aplicado às empresas.

Bibliografia principal

Evans, N Campbell, D e Stonehouse, G (2003). Strategic Management for Travel and Tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Harrison, J S e Enz, C A (2004). Hospitality Strategic Management: Concepts and Cases. Wiley, Chichester.

Santos, A. R (2008). Gestão Estratégica: Conceitos, Modelos e Instrumentos. Escolar Editora. Lisboa.

Porter, Michael E. (2004). Estratégia Competitiva - Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência, Elsevier Editora, São Paulo.

Academic Year	2019-20
Course unit	STRATEGIC MANAGEMENT
Courses	HOSPITALITY MANAGEMENT AND ADMINISTRATION HOTELARIA, EMPREENDEDORISMO E PROJETOS DE INVESTIMENTO BRANCH HOSPITALITY AND COMMERCIAL FUNCTION BRANCH HOSPITALITY, ENTREPRENEURSHIP AND INVESTMENT PROJECTS HOTELARIA E FUNÇÃO COMERCIAL
Faculty / School	SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM
Main Scientific Area	CIÊNCIAS EMPRESARIAIS
Acronym	
Language of instruction	Portuguese
Teaching/Learning modality	Presential theoretical and practical lessons
Coordinating teacher	Manuel Arnedo Geraldo

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Manuel Arnedo Geraldo	OT; TP	TP1; OT1	24TP; 5OT
Francisco José Simões Pinto	TP	TP1	6TP

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

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	30	0	0	0	0	5	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)

Develop and/or improve the skills need to implement corporate and business strategies as a factor of company?s competitive advantages.

Develop and/or improve the skills to apply management principles, tools and strategic analysis methodologies in real situations by solving case studies.

Develop critical and analytical capabilities.

Syllabus

1- Introduction and general framework

2- Structural analysis the Hospitality Industry. Competition intensity. Industry Value and attractiveness. Porters Five Forces Framework.

3- Internal Assessment. Key Internal Factors. Strategic Groups and Critical Success factors.

4- Competitive Advantage and the Value Chain

4.1- Value Creation and Firm performance.

5- Generic Competitive Strategies

5.1-Cost Leadership Strategies. Cost Leadership Strategies and Experience Curves. Price Strategies.

5.2- Differentiation Strategies. Typologies and Business Matrix Approach

6- Corporate Strategies. Diversification vs. Specialization.

7- Case studies Analysis and Discussion.

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

The methodology of the course focuses on the theoretical concepts, strategic tools, and analysis and discussion of case studies.

More than the concepts, the student receives a sequence of techniques, giving the opportunity to reflect and discuss real situations, giving practical meaning to theoretical concepts presented and developing a case study of a real company operating in the context of the Hospitality Industry.

This methodology is coherent with the objectives of this module.

Teaching methodologies (including evaluation)

CU evaluation:

- Frequency Assessment Component FAC (100%)

- FAC evaluation: 50% - Test: 50% - Group work

- Dismissed from the exam: FAC > = 10 values

- Exams (1st call; 2nd call, special call or grade improvement) - 100% of the classification in the CU.

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

The methodological orientation adopted proposes a dynamic approach to content that reconciles the scientific rigor with the creation of contexts that induce the approach to business reality, both through analysis and discussion of case studies and prompting students to develop a real company strategic analysis in the context of Hospitality Industry.

The design of pedagogical activities seeks to stimulate the capacity for critical analysis and understanding and the application of complex content in the area of strategic management.

Main Bibliography

Evans, N Campbell, D e Stonehouse, G (2003). Strategic Management for Travel and Tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Harrison, J S e Enz, C A (2004). Hospitality Strategic Management: Concepts and Cases. Wiley, Chichester.

Santos, A. R (2008). Gestão Estratégica: Conceitos, Modelos e Instrumentos. Escolar Editora. Lisboa.

Porter, Michael E. (2004). Estratégia Competitiva - Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência, Elsevier Editora, São Paulo.