
Ano Letivo 2020-21

Unidade Curricular GESTÃO ESTRATÉGICA

Cursos DIREÇÃO E GESTÃO HOTELEIRA (2.º Ciclo)
HOTELARIA E FUNÇÃO COMERCIAL
RAMO HOTELARIA, EMPREENDEDORISMO E PROJETOS DE INVESTIMENTO
RAMO HOTELARIA E FUNÇÃO COMERCIAL
HOTELARIA, EMPREENDEDORISMO E PROJETOS DE INVESTIMENTO

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 Presencial e/ou à Distância.

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- O Balanced Scorecard (BSC) como sistema de Gestão Estratégica
 - 5.1- Introdução e instrumentos
 - 5.2- A implementação do BSC
 - 5.3- Articular os dois instrumentos cruciais do BSC: Mapa da Estratégia e Scorecard
 - 6- Estratégias Competitivas Genéricas
 - 6.1- As Estratégias de Custo: Implicações, Estratégicas do Efeito de Experiência
 - 6.2- As Estratégias de Diferenciação: Grelha de Análise e Tipologias
 - 6.3- 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 \geq 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.
- Freire, Adriano (2020), Estratégia & Criação de valor sustentável em negócios tradicionais e digitais. Bertrand Editora, Lisboa.
- Harrison, J S e Enz, C A (2004). Hospitality Strategic Management: Concepts and Cases. Wiley, Chichester.
- Pinto, Francisco (2007). Balanced Scorecard & Alinhar Mudança, Estratégia e Performance nos Serviços Públicos, Editora Sílabo, Lisboa.
- Niven, Paul R. (2002). Balanced Scorecard Step-by-step, John Wiley& Sons, Inc. New York.
- Santos, A. Robalo (2008). Gestão Estratégica: Conceitos, Modelos e Instrumentos. Escolar Editora. Lisboa.

Academic Year 2020-21

Course unit STRATEGIC MANAGEMENT

Courses HOSPITALITY MANAGEMENT AND ADMINISTRATION
BRANCH HOSPITALITY, ENTREPRENEURSHIP AND INVESTMENT PROJECTS
BRANCH HOSPITALITY AND COMMERCIAL FUNCTION

Faculty / School SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

Main Scientific Area

Acronym

Language of instruction Portuguese

Teaching/Learning modality Presential and/or Distance Learning.

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)

The objectives of the course are to develop and improve the skills need to implement corporate and business strategies as a factor of company's competitive advantages.

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- Balanced Scorecard (BSC) as a Strategic Management system
 - 5.1- Introduction and instruments
 - 5.2- Implementation of the BSC
 - 5.3- Articulating the two crucial BSC instruments: Strategy Map and Scorecard
- 6- Generic Competitive Strategies
 - 6.1-Cost Leadership Strategies. Cost Leadership Strategies and Experience Curves. Price Strategies.
 - 6.2- Differentiation Strategies. Typologies and Business Matrix Approach
 - 6.3- 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.

Teaching methodologies (including evaluation)

CU evaluation:

- Frequency Assessment Component FAC (100%)
 - FAC evaluation: 50% - Test: 50% - Group work
 - Dismissed from the exam: FAC \geq 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.
- Freire, Adriano (2020), Estratégia e Criação de valor sustentável em negócios tradicionais e digitais. Bertrand Editora, Lisboa.
- Harrison, J S e Enz, C A (2004). Hospitality Strategic Management: Concepts and Cases. Wiley, Chichester.
- Pinto, Francisco (2007). Balanced Scorecard e Alinhar Mudança, Estratégia e Performance nos Serviços Públicos, Editora Sílabo, Lisboa.
- Niven, Paul R. (2002). Balanced Scorecard Step-by-step, John Wiley& Sons, Inc. New York.
- Santos, A. Robalo (2008). Gestão Estratégica: Conceitos, Modelos e Instrumentos. Escolar Editora. Lisboa.