
Ano Letivo 2021-22

Unidade Curricular GESTÃO ESTRATÉGICA

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

Unidade Orgânica Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Código da Unidade Curricular 16991000

Área Científica CIÊNCIAS EMPRESARIAIS

Sigla

Código CNAEF (3 dígitos) 345.

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

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	18TP; 4OT
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	24TP; 4OT	130	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
-

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.
-

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.
- Serra, F. R., Ferreira M.P. e Torres, M. C. (2010). Gestão estratégica: conceitos e prática, 2ª edição. Editora Lidel, Lisboa.

Academic Year 2021-22

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

CNAEF code (3 digits) 345.

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

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	18TP; 4OT
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	24	0	0	0	0	4	0	130

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.
-

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.
-

Main Bibliography

- 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.
- Serra, F. R., Ferreira M.P. e Torres, M. C. (2010). Gestão estratégica: conceitos e prática, 2ª edição. Editora Lidel, Lisboa.