English version at the end of this document

Ano Letivo	2020-21
Unidade Curricular	GESTÃO ESTRATÉGICA
Cursos	GESTÃO (2.º ciclo) GESTÃO DO MAR GESTÃO DE UNIDADES DE SAÚDE GESTÃO DO TURISMO
Unidade Orgânica	Faculdade de Economia
Código da Unidade Curricular	17831001
Área Científica	GESTÃO
Sigla	
Línguas de Aprendizagem	Inglês.
Modalidade de ensino	'Presencial (e/ou à distância)'.
Docente Responsável	Paulo Nuno de Magalhães Neves

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Paulo Nuno de Magalhães Neves	OT; TP	TP1; OT1	3TP; 2OT
Luiz Carlos Montanheiro	OT; TP	TP1; OT1	27TP; 10OT

* 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; 12OT	168	6

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

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

N/A

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Após aprovação na unidade curricular, espera-se que o aluno seja capaz de:

1. Compreender a natureza da gestão estratégica

2. Usar conceitos, métodos e instrumentos específicos da gestão estratégica para diagnóstico e tomada de decisão

3. Analisar o meio envolvente e a organização numa perspetiva sistémica

4. Propor medidas estratégicas adequadas ao contexto das organizações

Conteúdos programáticos

1. Introdução: conceitos gerais de gestão e estratégia

2. A empresa e a análise interna

3. O meio envolvente e a análise externa

4. Estudo de caso

5. Tipos de estratégias.

6. Implementação da estratégia

7. Ética nos negócios

8. Estudo de caso

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A componente letiva da unidade curricular estrutura-se da seguinte forma: teóricas-praticas e orientação tutorial.

Os alunos têm à sua disposição na tutoria eletrónica um caderno com cópias dos slides discutidos nas aulas, um conjunto de casos práticos e um conjunto de outros materiais disponibilizados.

A metodologia assenta em aulas teóricas-praticas de exposição da matéria, trabalhos individuais ou em grupo baseados em casos de estudo e sua discussão na sala de aula.

A avaliação contínua comporta três componentes principais: dois trabalhos de grupo (20% + 20%) e um teste escrito individual que abrange toda a matéria (60%).

Presença Mínima de 75% dos respetivos tempos letivos.

Bibliografia principal

Campbell, D.J. ;Edgar, D., & Stonehouse, G. (2011). Business strategy: an introduction (3rd Edition) New York: Palgrave Macmillan.

Cândido, C. (2019) Estratégia Empresarial: Conceitos, Processos e instrumentos, (2ª ed). Portugal: Silabas & Desafios, (available at http://www.silabas-e-desafios.pt).

Freire, Adriano (2008). Estratégia: Sucesso em Portugal, Editorial Verbo.

Grant, R.M. (2019). Contemporary strategy analysis. 10 th edition. London: John Wiley & Sons.

Jansson, H. (2020). International Business Strategy in Complex Markets. (2nd edition), Sweden: Linnaeus University. ISBN: 978 1 83910 181 6.

Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., & Regner, P. (2017). Exploring strategy: text and cases. (11 th ed.) London: Prentice Hall.

Whittington, R.; Regnér, P.; Angwin. D.; Gerry, J., & Scholes, K. (2019). (12th edition). Text and cases: Pearson. Exploring Strategy: Text and cases: Pearson.

Academic Year	2020-21
Course unit	BUSINESS STRATEGY
Courses	MANAGEMENT MARINE AND MARITIME MANAGEMENT HEALTHCARE MANAGEMENT - MANAGEMENT TOURISM (2nd Cycle)
Faculty / School	THE FACULTY OF ECONOMICS
Main Scientific Area	
Acronym	
Language of instruction	English.
Teaching/Learning modality	Presential(and/or remotely).
Coordinating teacher	Paulo Nuno de Magalhães Neves

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Paulo Nuno de Magalhães Neves	OT; TP	TP1; OT1	3TP; 2OT
Luiz Carlos Montanheiro	OT; TP	TP1; OT1	27TP; 10OT

* 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	12	0	168

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

N/A

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

On completion of this course students should be able to:

1. Understand the nature of strategic management

2. Use concepts, methods and specific techniques used in strategic management for strategic diagnosis and decision making

3. Analyze the environment and the organization under a holistic perspective

4. Define a strategy that is fit for the specific context of an organization

Syllabus

1. Introduction: general concepts of management and strategy

2. The organization and the Internal analysis

3. The environment and the external analysis

4. Case study (team assignment)

5. Strategic frameworks

6. Strategy implementation

7. Business ethics

8. Case study (team assignment)

Teaching methodologies (including evaluation)

The teaching component of the course is structured as follows: theoretical-practical and tutorial guidance.

Students have at their disposal in electronic tutoring a notebook with copies of the slides discussed in class, a set of practical cases and a set of other materials available.

The methodology is based on theoretical-practical classes to expose the subject, individual or group works based on case studies and their discussion in the classroom.

Continuous assessment comprises three main components: two group assignments (20% + 20%) and an individual written test that covers the entire subject (60%).

Minimum attendance of 75% of the respective academic times.

Main Bibliography

Campbell, D.J. ;Edgar, D., & Stonehouse, G. (2011). Business strategy: an introduction (3rd Edition) New York: Palgrave Macmillan.

Cândido, C. (2019) Estratégia Empresarial: Conceitos, Processos e instrumentos, (2ª ed). Portugal: Silabas & Desafios, (available at http://www.silabas-e-desafios.pt).

Freire, Adriano (2008). Estratégia: Sucesso em Portugal, Editorial Verbo.

Grant, R.M. (2019). Contemporary strategy analysis. 10 th edition. London: John Wiley & Sons.

Jansson, H. (2020). International Business Strategy in Complex Markets. (2nd edition), Sweden: Linnaeus University. ISBN: 978 1 83910 181 6.

Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., & Regner, P. (2017). Exploring strategy: text and cases. (11 th ed.) London: Prentice Hall.

Whittington, R.; Regnér, P.; Angwin. D.; Gerry, J., & Scholes, K. (2019). (12th edition). Text and cases: Pearson. Exploring Strategy: Text and cases: Pearson.