
Ano Letivo 2017-18

Unidade Curricular GESTÃO ESTRATÉGICA

Cursos TURISMO (2.º ciclo)
GESTÃO DE OPERAÇÕES

Unidade Orgânica Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Código da Unidade Curricular 17841018

Área Científica GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO

Sigla

Línguas de Aprendizagem Português

Modalidade de ensino Ensino Superior Público

Docente Responsável Manuel Arnedo Geraldo

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Manuel Arnedo Geraldo	TP	TP1	30TP

* 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 Turística: 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

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A unidade curricular tem uma forte componente prática, sendo acompanhada com a discussão de estudo de casos, onde se apela à participação ativa dos alunos, como estratégia consolidação dos conhecimentos adquiridos.

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.

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

Academic Year 2017-18

Course unit STRATEGIC MANAGEMENT

Courses TOURISM
GESTÃO DE OPERAÇÕES

Faculty / School Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Main Scientific Area GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO

Acronym

Language of instruction English

Teaching/Learning modality Ensino Superior Público

Coordinating teacher Manuel Arnedo Geraldo

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Manuel Arnedo Geraldo	TP	TP1	30TP

* 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- Industry Structure Analysis. Competition intensity. Industry Value and attractiveness. Porter's 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

Teaching methodologies (including evaluation)

The teaching and learning process involves lectures to present the key theoretical and conceptual issues, and a practical component with in class case discussions, for which students should prepare carefully.

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.
- 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.