

---

**Ano Letivo** 2018-19

---

**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	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 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
  - O estudante tem de cumprir com o dever de assiduidade, não podendo faltar a mais do que 25% das horas de contacto previstas.
  - 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** 2018-19

**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	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- 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
  - The student must comply with the duty of assiduity, and cannot miss more than 25% of the hours of contact provided.
  - 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.