
Ano Letivo 2021-22

Unidade Curricular GESTÃO ESTRATÉGICA

Cursos TURISMO (2.º ciclo)
RAMO GESTÃO DE OPERAÇÕES

Unidade Orgânica Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Código da Unidade Curricular 17841018

Área Científica GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO

Sigla

Código CNAEF (3 dígitos) 345.

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

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 (*)
---------	--------------	--------	-----------------------------

* 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- 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)

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.
- 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 TOURISM
BRANCH OPERATIONS MANAGEMENT

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 (*)
----------------	------	---------	-----------

* 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- Structural analysis the Tourism 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)

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.
- 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.