

---

**Ano Letivo** 2022-23

---

**Unidade Curricular** GESTÃO E ESTRATÉGIA

---

**Cursos** GESTÃO, EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO (2.º ciclo)

---

**Unidade Orgânica** Faculdade de Economia

---

**Código da Unidade Curricular** 19081000

---

**Área Científica** GESTÃO

---

**Sigla**

---

**Código CNAEF (3 dígitos)** 345

---

**Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos)** 9, 8, 12

---

**Línguas de Aprendizagem** Português.

**Modalidade de ensino**

Presencial (e/ou à distância).

**Docente Responsável**

Carlos Joaquim Farias Cândido

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Carlos Joaquim Farias Cândido	OT; TP	TP1; OT1	18TP; 6OT

\* 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	18TP; 9OT; 3O	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 e da estratégia empresarial
2. Usar conceitos, métodos e instrumentos específicos da gestão e da estratégia para diagnóstico e tomada de decisão
3. Analisar o meio envolvente e a organização numa perspetiva sistémica
4. Propor medidas de gestão e/ou estratégias adequadas ao contexto das organizações.

### Conteúdos programáticos

1. Introdução à gestão e à estratégia: funções, competências, papéis e responsabilidades dos gestores; estratégia; tipos de estratégias de Porter; decisão e processo de tomada de decisão; plano estratégico; missão; objetivos; políticas; análise SWOT; método "expedito" da SWOT
  2. Organização (a análise interna): 7-S, cadeia de valor, estrutura, teoria dos recursos, recursos VRIO, competências, vantagem competitiva e rigidez competitiva
  3. Meio envolvente (a análise externa): meio envolvente mediato e imediato, análise PEST, análise estrutural (5 forças), análise concorrencial, ferramentas de análise estratégica mais usadas
  4. Tipos de estratégias: estratégias de produto/mercado, ciclo de vida, matriz BCG1, Matriz Shell DPM, matriz BCG 2 (sistemas concorrenciais), matrizes HEC das vias de desenvolvimento da empresa, crescimento interno e externo
  5. Implementação da estratégia: obstáculos, problema da resistência à mudança, modelo de forças de Kurt Lewin, gestão da mudança estratégica.
- 

### Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A componente letiva da unidade curricular estrutura-se da seguinte forma: teóricas-práticas (18 horas) e orientação tutorial (9 horas). 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-práticas 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 duas componentes principais: Trabalho de grupo (30%) e um teste escrito individual que abrange toda a matéria (70%).

Os alunos não aprovados devem inscrever-se para o exame de recurso (ponderação do exame 100%).

---

### Bibliografia principal

- Whittington, R. et al. (2020) Exploring Strategy: Text and Cases, Pearson (Acesso LIVRE através do site da biblioteca da universidade do Algarve a uma edição anterior. Faça login no site da UALG e vá para <http://lib.myilibrary.com/Open.aspx?id=327537>)
- Grant (2019) Contemporary Strategy Analysis - Text and Cases, John Wiley & Sons.
- Dess et al. (2021) Strategic Management: Text and Cases, McGraw-Hill.
- Cândido, C. (2019) Estratégia Empresarial: Conceitos, Processos e instrumentos, Silabas & Desafios, Portugal (disponível em <http://www.silabas-e-desafios.pt>).

---

**Academic Year** 2022-23

---

**Course unit** MANAGEMENT AND STRATEGY

---

**Courses** MANAGEMENT, ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION  
Common Branch

---

**Faculty / School** THE FACULTY OF ECONOMICS

---

**Main Scientific Area**

---

**Acronym**

---

**CNAEF code (3 digits)** 345

---

**Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives)** 9, 8, 12

---

**Language of instruction** Portuguese.

---

**Teaching/Learning modality** In class (and/or online).

**Coordinating teacher** Carlos Joaquim Farias Cândido

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Carlos Joaquim Farias Cândido	OT; TP	TP1; OT1	18TP; 6OT

\* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
	0	18	0	0	0	0	9	3	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 a student should be able to:

1. Understand management and strategy concepts and activities
2. Be able to use concepts, methods and specific techniques used in management and strategic management for strategic diagnosis and decision making
3. Be able to analyze the environment and the organization under a holistic perspective
4. Define a strategy that is adequate for the specific context of an organization

#### Syllabus

1. Introduction to management and business strategy: functions, competencies, roles and responsibilities of managers; strategy; Porter's strategy types; decision and decision-making process; strategic plan; mission; objectives; policies; SWOT; a simple method for SWOT analysis
2. Organization (the Internal analysis): 7-S, value chain, structure, resource based theory, VRIO resources, competencies, competitive advantage and competitive rigidity
3. Environment (the external analysis): societal environment and task environment, PEST analysis, 5 forces analysis, competitor analysis, most frequently used strategy tools
4. Types of strategies: product/market strategies, life cycle, BCG1 matrix, Shell/DPM matrix, BCG 2 Matrix (competitive environments), HEC matrices, internal and external growth
5. Strategy implementation: obstacles, resistance to change, Kurt Lewin model, strategic change management

### **Teaching methodologies (including evaluation)**

Class work is as follows: theoretical-practical (18 hours) and tutorial work (9 hours).

Students have electronic access to handouts, cases for discussion in class, and several other materials in the intranet.

Methodologies are based on theoretical explanations by the professor, team work based on case studies and discussion.

Assessment: A team work assignment (30%) and an individual exam on all course contents (70%).

The students that did not pass must enroll at the secretariat for the appeal exam (exam weight 100%).

---

### **Main Bibliography**

Whittington, R. et al. (2020) Exploring Strategy: Text and Cases, Pearson (FREE access to a previous edition: Login to UALG site and go to <http://lib.mylibrary.com/Open.aspx?id=327537>)

Grant (2019) Contemporary Strategy Analysis - Text and Cases, John Wiley & Sons.

Dess et al. (2021) Strategic Management: Text and Cases, McGraw-Hill.

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