

Contabilidade

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho nº 13772/2014 - 12/11/2014

Ficha da Unidade Curricular: Estratégia Empresarial

ECTS: 4; Horas - Totais: 108.0, Contacto e Tipologia, TP:60.0;

Ano|Semestre: 3|S1; Ramo: Tronco comum;

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 905626

Área Científica: Gestão

Docente Responsável

António Anacleto Viegas Ferreira

Professor Adjunto Convidado

Docente(s)

António Anacleto Viegas Ferreira

Professor Adjunto Convidado

Objetivos de Aprendizagem

No final do curso os alunos devem demonstrar conhecimentos, competências e capacidade de gerar alternativas estratégicas nas empresas, bem como demonstrar reflexão crítica em relação à análise, formulação e planeamento estratégico.

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

1. Conhecer as origens do pensamento estratégico;
2. Estudar algumas escolas do pensamento estratégico;
3. Analisar as alternativas estratégicas das empresas, tendo em conta a especificidade de cada organização e as características das indústrias e dos clusters onde se inserem;
4. Identificar as melhores estratégias para empresa;
5. Desenvolver a reflexão crítica em relação à análise, formulação e planeamento estratégico;
6. Saber lidar com as informações seus sistemas e formas de aplicação na estratégia de uma empresa;
7. Desenvolver as capacidades de análise de gestão, com a informação e a integração na estratégia das empresas.

Conteúdos Programáticos

1. Origens do pensamento estratégico
2. Escolas do pensamento estratégico
3. Análise estratégica
4. Análise da empresa
5. Formulação da estratégia
6. Adequação da estratégia para adaptação a situações específicas do sector e da empresa.
7. Conceito, desafios e mudanças nos sistemas de informação
8. Análise de gestão, com a informação e a integração na estratégia das empresas.
9. Casos práticos

Conteúdos Programáticos (detalhado)

1. Origens do pensamento estratégico
 - 1.1. A contribuição militar;

- 1.2. A contribuição da teoria dos sistemas;
- 1.3. A contribuição da teoria económica;
- 1.4. A contribuição das matemáticas.
2. Escolas do pensamento estratégico
 - 2.1. Escola do Planeamento;
 - 2.2. Escola Empreendedora;
 - 2.3. Escola do Poder;
 - 2.4. Escola dos Recursos.
3. Análise estratégica
 - 3.1. Pensamento e planeamento estratégico;
 - 3.2. Análise do meio envolvente da empresa;
 - 3.2.1. O Modelo LCAG;
 - 3.2.2. O Modelo de Porter;
 - 3.2.3. Grupos Estratégicos.
4. Análise da empresa
 - 4.1. Meios e recursos da empresa;
 - 4.2. Análise Swot;
 - 4.3. Cadeia de valor.
5. Formulação da estratégia
 - 5.1. Definição de Negócio;
 - 5.2. As cinco estratégias competitivas básicas.
6. Adequação da estratégia para adaptação a situações específicas do sector e da empresa.
7. Conceito, desafios e mudanças nos sistemas de informação.
8. Análise de gestão, com a informação e a integração na estratégia das empresas.
9. Casos práticos

Metodologias de avaliação

Avaliação: Trabalhos práticos com apresentação, 50%

Frequência, mínimo 8 (oito) valores, 50%. Os alunos que forem considerados admitidos a exame (nota inferior a 10 valores) poderão ir a Exame (100%).

Software utilizado em aula

Estágio

Não aplicável.

Bibliografia recomendada

- Carvalho, José (2006), Manual de Estratégia, Conceitos Prática e Roteiro, Edições Sílabo
- Arthur A, Thompson Jr., A.J. Strickland III e John E. Gamble (2008), Administração Estratégica, 15ª Edição, Editora Mc Graw Hill.
- Santos, António José Robalo (2008), Gestão Estratégica, Conceitos modelos e instrumentos, Escolar Editora.
- Di Maio, A., It Is Time for Online Partners, Gartner Group 24, October, 2002
- Clare, M. e Detore, A., Knowledge Assets. Professional's Guide to Valuation and Financial Management, Harcourt, 2000.
- Santos, Francisco L. (1998), Estratégia para PME – Mitos e Realidades – O Caso in PME, Editora Rei dos Livros.
- Freire, Adriano (1997), Estratégia – Sucesso em Portugal, Editorial Verbo.
- Araújo, V., Sistemas de Informação: Nova abordagem teórico-conceitual, Ciência da Informação, Dep. Ensino e Pesquisa (DEP-RJ) IBICT, vol. 24, n.º 1, 1995.
- Kotler, Philip (1994), Marketing Management - Analysis, Planning, Implementation and Control, 8ª edição, Prentice-Hall.

- Porter, Michael (1994), Construir as Vantagens Competitivas em Portugal, Fórum para a Competitividade.

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Os conteúdos programáticos da unidade curricular em questão têm como objetivo apresentar as origens e as várias escolas do pensamento estratégico, análise da empresa e adequação da estratégia visando, desta forma, atingir os objetivos da unidade curricular que visa desenvolver as alternativas estratégicas das empresas desenvolver a reflexão crítica em relação à análise, formulação e planeamento

Metodologias de ensino

Temas da actualidade e discussão de case studies, de acordo com o programa ministrado;
Consultas de trabalhos tendo em consideração os temas apresentados;
Equipamento audiovisual de apoio (data-show, power-point).

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

Entrega das apresentações elaboradas pelo professor, com todos os conteúdos programáticos incluídos no programa da disciplina;
Temas da atualidade e discussão de estudos de caso, de acordo com o programa ministrado;
Consultas de trabalhos tendo em consideração os temas apresentados

Língua de ensino

Português

Pré requisitos

Não aplicável.

Programas Opcionais recomendados

Não aplicável.

Observações

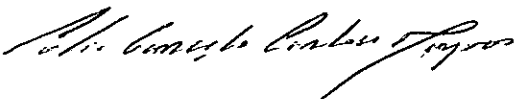
Docente Responsável

António Anacleto Viegas
Ferreira

Assinado de forma digital por António
Anacleto Viegas Ferreira
Dados: 2018.09.05 12:08:10 +01'00'

Diretor de Curso, Comissão de Curso


Conselho Técnico-Científico



Homologado pelo C.T.C.

Acta nº 121 Data 4/10/2018

