



CURSO

GESTÃO DE EMPRESAS
Ramo de Organização e Gestão de Empresas

ANO LECTIVO

2008/2009

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular

PLANEAMENTO ESTRATÉGICO.

Área Científica

Gestão

Classificação curricular

OBRIGATÓRIA

Ano / Semestre

3º / 1ºSEM

Créditos
ECTS

Horas de trabalho do aluno

Carga horária das sessões de ensino

Natureza Colectiva (NC)

Orientação Tutorial (OT)

5

135

TP:60

DOCENTES**CATEGORIA**

Responsável

António Anacleto Viegas Ferreira

Equip. Assist. 1º Triénio

Teóricas

Teórico-Práticas

António Anacleto Viegas Ferreira

Equip. Assist. 1º Triénio

Práticas

Prático-Laboratorial

OBJECTIVOS**I- OBJECTIVO GERAL**

Adquirir conhecimentos, competências e capacidades das alternativas estratégicas das empresas, desenvolver a reflexão crítica em relação à análise, formulação e planeamento estratégico.

II- OBJECTIVOS ESPECÍFICOS

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.

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.

BIBLIOGRAFIA

- Arthur A, Thompson Jr., A.J.Strickland III e John E. Gamble (2008), Administração Estratégica, 15ª Edição, Editora Mc Graw Hill.
- Carvalho, José (2006), Manual de Estratégia, Conceitos Prática e Roteiro, Edições Sílabo
- 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 inPME, 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.

WEBGRAFIA

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	Trabalhos práticos com apresentação, 50%
Avaliação Periódica	Frequência, mínimo 8 (oito) valores, 50%. Os Alunos que forem considerados admitidos a exame (nota inferior a 10 valores) poderão ir a exame (100%).
Avaliação Final	Exame (100%)

OBSERVAÇÕES

HORÁRIO DE ORIENTAÇÃO TUTORIAL

Dia	Horário	Local
2ª Feira	12:30 às 15:00	Gabinete O203