

## DISCIPLINA DE GESTÃO DE EMPRESAS I

3º Ano

**Regime:** Semestral (6º)

**Ano Lectivo:** 2002/2003

**Carga Horária:** 3 TP

**Docente:** Assistente do 2º Triénio Isabel Monteiro

---

### **OBJECTIVOS:**

Esta disciplina tem como objectivo permitir que os discentes adquiram conhecimentos básicos no âmbito da gestão e das funções que integram a empresa. Pretende-se, assim, contribuir para o desenvolvimento de aptidões que lhe permitam responder às solicitações da sociedade contemporânea e do mercado de trabalho.

### **PROGRAMA:**

#### 1. A gestão e a empresa

- 1.1 A dinâmica da gestão
- 1.2 Visão sistémica da empresa: sua evolução, objectivos e interacção com o meio envolvente.
- 1.3 Critérios de classificação de empresas.
- 1.4 Escolas e teorias de organização e administração

#### 2. Gestão estratégica

- 2.1 A fundamentação estratégica: missão e objectivos.
- 2.2 A análise do ambiente externo: oportunidades e ameaças.
- 2.3 O diagnóstico interno: pontos fortes e pontos fracos.
- 2.4 O planeamento: processo, diagnóstico e orientações estratégicas.

#### 3. Estrutura da empresa

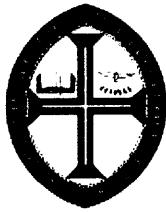
- 3.1 Tipos de estrutura e organogramas.
- 3.2 A escolha da estrutura adequada.
- 3.3 Novas tendências na estruturação das organizações: network structure e outsourcing estratégico.

#### 4. Gestão dos recursos humanos

- 4.1 Objectivos.
- 4.2 A motivação humana.
- 4.3 Liderança: características e estilos de liderança.
- 4.4 A cultura da empresa.

#### 5. Os custos na empresa

- 5.1 Custos fixos e custos variáveis. Ponto crítico de vendas.
- 5.2 O custo industrial e suas componentes: matéria-prima, mão de obra e gastos gerais de fabrico
- 5.3 Custo da mão de obra: encargos legais.
- 5.4 Fontes de financiamento.



Departamento de Tecnologia e Artes Gráficas

**Curso de Engenharia Informática**

- 5.5 O custo industrial a suas componentes: matéria-prima, mão de obra e gastos gerais de fabrico
- 5.6 Fontes de financiamento.
- 6. O marketing
  - 6.1 A emergência do marketing.
  - 6.2 Os limites.
  - 6.3 A política de mercado.
  - 6.4 O marketing-mix: produto, preço, comunicação e distribuição.

**MÉTODO DE AVALIAÇÃO:**

Frequência: dispensa de exame com 10 valores.

Exame: Aprovado com 10 valores.

**BIBLIOGRAFIA:**

**Livros-base**

- Baranger, P., e outros; Gestão. **As funções da empresa**; Lisboa; Edições Sílabo, 1990
- Cardoso, Luís; **Gestão Estratégica das Organizações - Ao encontro do 3º milénio**; 3.ª edição; Lisboa; Editorial Verbo; 1998

Textos de apoio fornecidos pela docente.

**Outras fontes**

- Ansoff, H. Igor.; **Estratégia Empresarial**; Lisboa; McGraw-Hill, 1977
- Chiavenato, Idalberto; **Introdução à Teoria Geral da Administração**; 3.º edição; S. Paulo; McGraw-Hill, 1983
- Freire, Adriano; **Estratégia - Sucesso em Portugal** ; Lisboa; Editorial Verbo, 1997
- Madureira, M.A.S.; **Introdução à Gestão**; Lisboa; Publicações Dom Quixote; 1990
- Sousa, A.; **Introdução à Gestão. Uma Abordagem Sistémica**; Lisboa, Editorial Verbo, 1990
- Zorrinho, Carlos; **Gestão da informação**; Lisboa; Editorial Presença; 1991

Aconselha-se a leitura de algumas publicações periódicas como: revistas Exame, Executive Digest, Dirigir ou o jornal 'Semanário Económico'.

A Docente,