



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 lhes 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 organigramas.
 - 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.



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR
Escola Superior de Tecnologia de Tomar

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.ª 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,