	GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR	MODELO PED.008.02
---	--	------------------------------

Curso	Marketing				Ano letivo		2018/2019	
Unidade Curricular	Análise e Gestão Estratégica				ECTS		6	
Regime	Obrigatório							
Ano	2º	Semestre	2º	Horas de trabalho globais				
Docente	Fernando Rodrigues				Total	168	Contacto	115
Coordenador da área	Amândio Baía							

GFUC Previsto

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Pretende-se que os alunos:

- Desenvolvam capacidades conceptuais, técnicas e humanas que auxiliem na tomada de decisões, transformando o conhecimento em resultados efectivos.
- Compreendam a dinâmica da Empresa com o seu Meio Envolvente;
- Criem uma estratégia para um projeto com análise estratégica, desenvolvendo um plano e implementando a estratégia desenvolvida.


2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

CAPÍTULO 1 - ANÁLISE E ESTRATÉGIA

- 1.1 - Origem e Conceito da Estratégia Empresarial
- 1.2 - Pensamento e Planeamento Estratégico
- 1.3 - Economia Comportamental na análise estratégica

CAPÍTULO 2 - O PLANO ESTRATÉGICO

- 2.1 - Análise do Meio Envolvente
 - 2.1.1 - Meio Envolvente Contextual – Análise PESTAL
 - 2.1.2 - Meio Envolvente Transaccional
- 2.2 - Análise da Indústria
 - 2.2.1 - Valor da Atratividade da Indústria
 - 2.2.2 - Modelo das Cinco Forças de Porter
 - 2.2.3 - Fatores-Chave do Sucesso
- 2.3 - Análise da Empresa
 - 2.3.1 - Recursos da Empresa
 - 2.3.2 - Competências Distintivas
- 2.4 - Modelos de Avaliação do Negócio
 - 2.4.1 - Matriz BCG
 - 2.4.2 - Matriz McKinsey
 - 2.4.3 - Matriz ADL

 <p>IPG Politécnico da Guarda Escola Superior de Tecnologia e Gestão</p>	<p>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR</p>	<p>MODELO PED.008.02</p>
--	---	---------------------------------

2.5 - Análise SWOT-TOUS /Nova Análise SWOT

2.6 - Neurmarketing e Gestão Estratégica

2.7 - A Cadeia de Valor e as Vantagens Competitivas

CAPÍTULO 3 - A FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA

3.1 - Missão, Objetivos e Estratégia

3.2 - SBB – Strategic Building Blocks

3.3 - Estratégias de Especialização de Porter (Diferenciação, Liderança pelo custo, Enfoque)

3.4 - Estratégias de Crescimento

3.3.1 - Intensivo segundo o modelo de Ansoff

3.3.2 - Por Diversificação: concêntrica, conglomerado ou horizontal

3.3.3 - Por Integração: vertical e horizontal

3.3.4 - Por Internacionalização

CAPÍTULO 4 – CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL

4.1- Planear de forma estratégica

4.1.1- Marketing Trends Analysis

4.1.2 - Modelo CANVAS

4.1.3 - Balanced Scorecard

4.2 - Conceito, Vantagens e Desvantagens do Desenvolvimento Empresarial

4.2.1 - Aquisições, Fusões, Alianças Estratégica

3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC

Esta unidade curricular, através dos conteúdos programáticos desenvolvidos, visa contribuir para a formação integral do futuro profissional da área do marketing e gestão, com vista a um processo de gestão pelo marketing integrado.

Para tal, o conteúdo apresentado visa a formação e preparação dos alunos sensibilizando-os para a necessidade do saber-evoluir, saber-ser, do saber-estar e do saber-fazer, no domínio operacional e instrumental.

No final o aluno deverá ser capaz, de forma autónoma, de poder desenvolver produtivamente a sua atividade na aplicação dos fundamentos de Análise e Gestão Estratégica nas empresas/organizações onde venha a estar integrado, assim como criar processos estratégicos próprios.

4. BIBLIOGRAFIA

- FREIRE, Adriano, (2008). *ESTRATÉGIA – Sucesso em Portugal*. Editora Verbo, 12ª ed: Lisboa.
- MARKETING FUTURE CAST Lab, (2012). *Marketing Trends*. Bnomics: Lisboa.
- MARTINS, J. (2011). *Internacionalização e Globalização de Empresas*. Edições Sílabo: Lisboa.
- RASQUILHA, L.; VERAS, M. (2017). *Strategic Building Blocks*. INOVA: São Paulo.
- RODRIGUES, F. (2015). *Princípios de Neuromarketing*. PsicoSoma Editora: Viseu.
- SANTOS, A. R. (2008). *Gestão Estratégica: Conceitos, Modelos e Instrumentos*. Escolar Editora: Lisboa.
- SERRA, F, et al. (2010). *Gestão Estratégica – Conceitos e Práticas*. Edições Lidel.
- TZU, S. (2006). *A arte da Guerra*. Edições Sílabo: Lisboa.
- WALKER, G. (2009). *Modern Competitive Strategy*. McGraw-Hill: New York.

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

A metodologia utilizada na unidade curricular assenta em princípios de formação teórico-prática, nomeadamente:

Método Ativo e Interrogativo; Trabalho de grupo; Debate; Pesquisa individual; Estudo de casos.

Na Avaliação os alunos podem optar por:

- Avaliação Contínua

A Avaliação Contínua resultará da realização de:


- Um (1) Teste Individual com ponderação de **50%** na nota final. No teste os alunos deverão obter uma classificação igual ou superior a 7,5 valores. Caso não seja obtida esta nota o aluno será excluído deste tipo de avaliação e remetido para exame.
- Um (1) Trabalho de Grupo – A realizar ao longo do semestre que consiste na criação de objetivos de uma empresa (real ou fictícia), criando e implementando uma estratégia. A nota do Trabalho terá um peso de **50%**.

A Nota Final (NF) será o resultado da média aritmética das notas obtidas no teste e no trabalho.

NF = 50% da nota do Teste + 50 % da nota do Trabalho. Os trabalhos serão avaliados segundo a seguinte ponderação: Conteúdo com aplicação dos conteúdos da disciplina (40%), pesquisa, organização e apresentação escrita (20%), comunicação oral (20%) e criatividade da apresentação (20%).

O aproveitamento na avaliação contínua pressupõem um número mínimo de 2/3 de presenças efectivas nas aulas.

Exame – Sujeitar-se-ão a exame os alunos que não tiverem optado pela avaliação contínua ou que nesta não tenham obtido a nota mínima de 10 (dez) valores.

 <p>IPG Politécnico da Guarda Escola Superior de Tecnologia e Gestão</p>	<p>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR</p>	<p>MODELO PED.008.02</p>
--	---	-------------------------------------

6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR

Para se atingirem os objetivos propostos a metodologia utilizada na unidade curricular assenta em princípios de formação teórico-prática.

Os métodos e técnicas pedagógicas a aplicar durante as sessões são:

- (a) Método demonstrativo conjugado com o método interrogativo, com integração de métodos ativos;
- (b) Método de interação grupal com recurso à técnica de Role Play, cabendo ao professor a responsabilidade do reforço da aprendizagem e da coordenação das tarefas práticas no domínio da discussão de case-studies.

Data: fevereiro/2019

Coordenador da Área Científica

Docente

(PhD Amândio Baía)

(PhD Fernando Rodrigues)