


ABR10

 Politécnico da Guarda Escola Superior de Turismo e Hotelaria	GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR	MODELO PED.009 02
--	--	-------------------

Curso	Gestão Hoteleira			Ano letivo	2018/2019	
Unidade Curricular	Gestão e Estratégia Empresarial			ECTS	4	
Regime	Obrigatório					
Ano	3º	Semestre	1ºSemestre	Horas de trabalho globais		
Docente	Aida Maria de Brito Martins			Total	108	Contacto 45
Coordenador da Área Científica	Amândio Pereira Baía					

GFUC cumprido


1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Pretende-se que os alunos sejam capazes de:

- Definir e compreender os conceitos de Empreendedorismo e a sua interligação com a área da Hotelaria;
- Desenvolver as capacidades de iniciativa empresarial e espírito de inovação nos alunos;
- Analisar e avaliar oportunidades e ideias de negócio;
- Apreender e desenvolver capacidades concetuais e técnicas que auxiliem no processo de tomada de decisões;
- Compreender a importância do planeamento estratégico nas organizações e identificar as suas etapas;
- Identificar as diferentes estratégias existentes;
- Adquirir competência para formular, implementar e controlar a estratégia.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Empreendedorismo e empreendedor
 - 1.1. Definição de empreendedorismo
 - 1.2. Formas de Empreendedorismo
 - 1.3. Determinantes do Empreendedorismo
 - 1.4. Empreendedor - conceito e características
 - 1.5. Comportamento do empreendedor
 - 1.6. Diferenças entre empreendedores, gestores e inventores
2. Oportunidades e ideias: criar, moldar, reconhecer e capturar
 - 2.1. Oportunidades e ideias
 - 2.1.1. Fontes de novas ideias

 <p>Politécnico da Guarda Escola Superior de Turismo e Hotelaria</p>	<p>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR</p>	<p>MODELO PED.009.02</p>
--	---	------------------------------

- 2.1.2. Tendências que geram oportunidades
- 2.1.3. Métodos de geração de novas ideias
- 2.1.4. Avaliação da ideia
- 2.1.5. A proteção das ideias

- 3. Estratégia
 - 3.1. Origem, conceito e evolução
 - 3.2. Componentes da estratégia
 - 3.3. Dinâmica estratégica

- 4. Planeamento estratégico
 - 4.1. Definição e importância
 - 4.2. Tipos de planeamento
 - 4.3. Etapas do planeamento

- 5. Formulação da estratégia
 - 5.1. Estratégias genéricas
 - 5.2. Estratégias corporativas
 - 5.2.1. Concentração
 - 5.2.2. Diversificação de negócios
 - 5.2.3. Integração vertical
 - 5.2.4. Alianças e parcerias estratégicas
 - 5.2.5. Aquisições de empresas
 - 5.2.6. Internacionalização da empresa

- 6. Implementação da estratégia
 - 6.1. Visão sistémica da organização
 - 6.2. Cultura e estrutura organizacional
 - 6.3. Dificuldades na implementação da estratégia

- 7. Controlo da estratégia
 - 7.1. Sistemas de controlo
 - 7.2. *Balanced Scorecard*
 - 7.2.1. Fundamentos e indicadores
 - 7.2.2. Perspetivas do BSC
 - 7.2.3. Implementação do BSC

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

De modo a atingir os objetivos “Definir e compreender os conceitos de Empreendedorismo e a sua interligação com a área da Hotelaria” e “Desenvolver as capacidades de iniciativa

empresarial e espírito de inovação nos alunos” será lecionado o ponto 1, ao passo que o ponto 2 tem em vista o objetivo “Analisar e avaliar oportunidades e ideias de negócio”.

O objetivo “Apreender e desenvolver capacidades concetuais e técnicas que auxiliem na tomada de decisões” serão abordados todos os pontos dos conteúdos programáticos. O objetivo “Compreender a importância do planeamento estratégico nas organizações e identificar as suas etapas” será atingido com a leção do ponto 4. Com o ponto 5 será alcançado o objetivo “Identificar as diferentes estratégias existentes”. O objetivo “Adquirir competência para formular, implementar e controlar a estratégia” será conseguido com a leção dos pontos 5, 6 e 7.

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

Obrigatória

- Brito, A. (2018). Gestão e Estratégia Empresarial - Apontamentos. ESTH/IPG.
- Costa, H. (2010). Criação & Gestão de Micro-Empresas & Pequenos Negócios. Lidel, 9ª Edição.
- Ferreira, M., Santos, J. e Serra, F. (2010). Ser Empreendedor – Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa. Edições Sílabo, 2ª edição.
- Gaspar, F. (2010). O Processo Empreendedor e a Criação de Empresas de Sucesso. Edições Sílabo, 2ª edição.
- Carvalho, J. e Filipe, J. (2014). Manual de Estratégia – Conceitos, Prática e Roteiro. 4ª Edição. Edições Sílabo.
- Santos, A. (2008). Gestão Estratégica – Conceitos, modelos e instrumentos. Escolar editora.
- Sarkar, S. (2014). Empreendedorismo e Inovação. Escolar Editora, 3ª Edição.
- Serra, F., Ferreira, M., Torres, M.C. e Torres, A. (2012). Gestão Estratégica – Conceitos e Prática. 3ª Edição. Lidel.

Recomendada

- Abreu, J. (2016). Casos de Sucesso Empresarial – Internacionalização. Editor Idioteque.
- Freire, A. (2008). Estratégia – Sucesso em Portugal. 12ª Edição. Editora Verbo.
- Martinet, G. (S.D.). Estratégia. Edições Sílabo.
- Porter, M. (2004). Estratégia Competitiva. Editora Campus.
- Tavares, M.M. (2006). Estratégia e Gestão por Objetivos. 3ª Edição. Universidade Lusíada Editora.
- Teixeira, S. (2011). Gestão Estratégica. Escolar Editora.

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

A metodologia consistirá na exposição, pela docente dos conceitos teóricos, bem como da apresentação de exemplos, seguidos da análise e debate de casos práticos pelos alunos.

Os alunos poderão optar entre dois tipos de avaliação: contínua ou final:

Avaliação contínua, o aluno obterá aprovação, através da média ponderada dos seguintes três fatores, quando a classificação for igual ou superior a dez (10) valores:

- Primeiro fator – realização de uma frequência, a qual tem a ponderação de 50% na classificação final, com nota mínima de sete valores e meio;
- Segundo fator – elaboração de um trabalho de grupo, a apresentar em sala de aula, com uma ponderação de 30% na classificação final;
- Terceiro fator – assiduidade e participação, com uma ponderação de 20% na classificação final.

Avaliação final, o estudante que não obteve aproveitamento na avaliação contínua ou não a realizou, poderá obter aprovação quando a classificação do exame, na época normal e/ou na época de recurso, for igual ou superior a dez valores, conforme datas a marcar pela Direção da Escola.

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

De modo a atingir os objetivos propostos será utilizada uma metodologia expositiva, complementada com a apresentação de exemplos. Para além disso será também utilizado o método de estudo de casos, bem como o trabalho de grupo.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

A avaliação contínua obriga à presença mínima dos alunos de 75% às aulas. Os trabalhadores-estudantes não estão abrangidos pela obrigatoriedade da presença mínima às aulas.

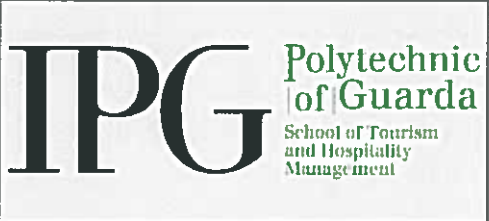
Data:18/01/2019

Assinaturas:


(Prof^a Aida Brito)
(Docente da UC)


(Prof. Dr. Amândio Pereira Baía)
(Coordenador da Área Disciplinar)

ABH

	SUBJECT DESCRIPTION	MODELO PED.014.02
--	----------------------------	----------------------

<i>Course</i>	Hotel Management			<i>Academic year</i>	2018/2019		
<i>Subject</i>	Management and Business Strategy			ECTS	4		
<i>Type of course</i>	Compulsory						
<i>Year</i>	3º	<i>Semester</i>	1º. Sem.	<i>Student Workload:</i>			
<i>Professor(s)</i>	Aida Maria de Brito Martins			<i>Total</i>	108	<i>Contact</i>	45
<i>Coordinator of Scientific Area</i>	Amândio Pereira Baía						

Completed SD


1. LEARNING OBJECTIVES

Students are expected to be able to:

- Define and understand the concepts of Entrepreneurship and its interconnection with the Hotel Industry;
- Develop entrepreneurship skills and a spirit of innovation in students;
- Analyze and evaluate business opportunities and ideas;
- Apprehend and develop conceptual and technical skills that aid in the process of decision making;
- Understand the importance of strategic planning in organizations and identify their stages;
- Identify the different existing strategies;
- Acquire competence to formulate, implement and control the strategy.

2. PROGRAMME

1. Entrepreneurship and Entrepreneur
 - 1.1. Definition of entrepreneurship
 - 1.2. Forms of Entrepreneurship
 - 1.3. Determinants of Entrepreneurship
 - 1.4. Entrepreneur - concept and features
 - 1.5. Behavior of the entrepreneur
 - 1.6. Differences between entrepreneurs, managers and inventors
2. Opportunities and ideas: creating, shaping, recognizing and capturing
 - 2.1. Opportunities and Ideas
 - 2.1.1. Sources of new ideas
 - 2.1.2. Trends that generate opportunities

	SUBJECT DESCRIPTION	MODELO PED.014.02
--	----------------------------	----------------------

- 2.1.3. Methods of generating new ideas
- 2.1.4. Evaluation of the idea
- 2.1.5. Protection of ideas

3. Strategy

- 3.1. Origin, concept and evolution
- 3.2. Components of strategy
- 3.3. Strategic dynamics

4. Strategic Planning

- 4.1. Definition and importance
- 4.2. Types of planning
- 4.3. Planning steps

5. Strategy formulation

- 5.1. Business and functional strategies
- 5.2. Generic strategies
 - 5.2.1. Concentration
 - 5.2.2. Business diversification
 - 5.2.3. Vertical Integration
 - 5.2.4. Alliances and strategic partnerships
 - 5.2.5. Acquisitions of companies
 - 5.2.6. Internationalization of the company

6. Implementation of the strategy

- 6.1. Systematic view of the organization
- 6.2. Culture and Organizational Structure
- 6.3. Difficulties in implementing the strategy


7. Control of strategy

- 7.1. Control systems
- 7.2. Balanced Scorecard
 - 7.2.1. Fundamentals and indicators
 - 7.2.2. BSC Perspectives
 - 7.2.3. Implementation of BSC

3. COHERENCE BETWEEN PROGRAMME AND OBJECTIVES

In order to achieve the objectives "Define and understand the concepts of Entrepreneurship and their interconnection with the Hotel Industry" and "Develop entrepreneurship skills and the spirit of innovation in students", point 1 will be given, while point 2 aims to "Analyze and evaluate opportunities and business ideas".

ABIT

	SUBJECT DESCRIPTION	MODELO PED.014.02
---	----------------------------	----------------------

The objective of "Apprehending and developing conceptual and technical skills to assist in decision-making" will address all points of programmatic content. The objective of "Understanding the importance of strategic planning in organizations and identifying their stages" will be achieved through the teaching of point 4. With point 5, the objective "Identify the different strategies" will be achieved. The objective "Acquiring competence to formulate, implement and control the strategy" will be achieved with the teaching of points 5, 6 and 7.

4. MAIN BIBLIOGRAPHY


Mandatory

- Brito, A. (2018). *Gestão e Estratégia Empresarial - Apontamentos*. ESTH/IPG.
- Costa, H. (2010). *Criação & Gestão de Micro-Empresas & Pequenos Negócios*. Lidel, 9ª Edição.
- Ferreira, M., Santos, J. e Serra, F. (2010). *Ser Empreendedor – Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa*. Edições Sílabo, 2ª edição.
- Gaspar, F. (2010). *O Processo Empreendedor e a Criação de Empresas de Sucesso*. Edições Sílabo, 2ª edição.
- Carvalho, J. e Filipe, J. (2014). *Manual de Estratégia – Conceitos, Prática e Roteiro*. 4ª Edição. Edições Sílabo.
- Santos, A. (2008). *Gestão Estratégica – Conceitos, modelos e instrumentos*. Escolar editora.
- Sarkar, S. (2014). *Empreendedorismo e Inovação*. Escolar Editora, 3ª Edição.
- Serra, F., Ferreira, M., Torres, M.C. e Torres, A. (2012). *Gestão Estratégica – Conceitos e Prática*. 3ª Edição. Lidel.

Recommended

- Abreu, J. (2016). *Casos de Sucesso Empresarial – Internacionalização*. Editor Idioteque.
- Freire, A. (2008). *Estratégia – Sucesso em Portugal*. 12ª Edição. Editora Verbo.
- Martinet, G. (S.D.). *Estratégia*. Edições Sílabo.
- Porter, M. (2004). *Estratégia Competitiva*. Editora Campus.
- Tavares, M.M. (2006). *Estratégia e Gestão por Objetivos*. 3ª Edição. Universidade Lusfada Editora.
- Teixeira, S. (2011). *Gestão Estratégica*. Escolar Editora.

5. TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION)

	SUBJECT DESCRIPTION	MODELO PED.014.02
---	----------------------------	------------------------------------

The methodology will consist of the presentation by teacher, theoretical concepts, followed by presentation of examples and exercises.

Students may choose between two types of evaluation: continuous or final.

In **continuous assessment**, the student will be approved, through the weighted average of the following three factors, when the classification is equal to or greater than ten (10) values:

- First factor - achievement of a frequency, which has the weight of 50% in the final classification, with a minimum grade of seven and a half values;
- Second factor - preparation of a group work, to be presented in the classroom, with a weighting of 30% in the final classification;
- Third factor - attendance and participation, with a weighting of 20% in the final classification.

Continuous assessment requires the presence of at least 75% of students to classes. It should be noted that working students are not covered by mandatory minimum attendance to classes.

The **final assessment** consists of making two exams (normal and / or resource).

6. COHERENCE BETWEEN TEACHING METHODOLOGIES AND OBJECTIVES

In order to reach the objectives proposed, an expository methodology will be used, complemented by the presentation of examples. In addition, the case study method as well as group work will also be used.

7. ATTENDANCE

Continuous assessment requires the presence of the student at least in 75% of the classes. It should be noted that working students are not covered by this mandatory minimum attendance to classes.

Date: 18/01/2019

Signatures:



 (Prof^a Aida Brito)
 (Professor)

 (Prof. Dr. Amândio Pereira Baía)
 (Coordinator of the scientific area)