

### **Auditoria e Fiscalidade**

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: RCC 14/12/2010 [DR.1959/2011 26.01.2011]

### **Ficha da Unidade Curricular: Estratégia Empresarial**

ECTS: 4; Horas - Totais: 108.0, Contacto e Tipologia, TP:60.0;

Ano|Semestre: 3|S1; Ramo: Tronco Comum;

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 963826

Área Científica: Gestão

### **Docente Responsável**

António Anacleto Viegas Ferreira

Professor Adjunto Convocado

### **Docente(s)**

António Anacleto Viegas Ferreira

Professor Adjunto Convocado

### **Objetivos de Aprendizagem**

No final do curso os alunos devem demonstrar conhecimentos, competências e capacidade de gerar alternativas estratégicas nas empresas, bem como demonstrar reflexão crítica em relação à análise, formulação e planeamento estratégico.

### **Objetivos de Aprendizagem (detalhado)**

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.

### **Conteúdos Programáticos**

1. Origens do pensamento estratégico
2. Escolas do pensamento estratégico
3. Análise estratégica
4. Análise da empresa
5. Formulação da estratégia
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

### **Conteúdos Programáticos (detalhado)**

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

### **Metodologias de avaliação**

Avaliação: Trabalhos práticos com apresentação, 50%

Frequência, mínimo 8 (oito) valores, 50%. Os alunos que forem considerados admitidos a exame (nota inferior a 10 valores) poderão ir a Exame (100%).

### **Software utilizado em aula**

#### **Estágio**

Não aplicável.

#### **Bibliografia recomendada**

- Carvalho, José (2006), Manual de Estratégia, Conceitos Prática e Roteiro, Edições Sílabo
- Arthur A, Thompson Jr., A.J. Strickland III e John E. Gamble (2008), Administração Estratégica, 15ª Edição, Editora Mc Graw Hill.
- Santos, António José Robalo (2008), Gestão Estratégica, Conceitos modelos e instrumentos, Escolar Editora.
- 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 in PME, 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.

#### **Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos**

Os conteúdos programáticos da unidade curricular em questão têm como objetivo apresentar as origens e as várias escolas do pensamento estratégico, análise da empresa e adequação da estratégia visando, desta forma, atingir os objetivos da unidade curricular que visa desenvolver as alternativas estratégicas das empresas desenvolver a reflexão crítica em relação à análise, formulação e planeamento

#### **Metodologias de ensino**

Temas da actualidade e discussão de case studies, de acordo com o programa ministrado;  
Consultas de trabalhos tendo em consideração os temas apresentados;  
Equipamento audiovisual de apoio (data-show, power-point).

#### **Coerência das metodologias de ensino com os objetivos**

Entrega das apresentações elaboradas pelo professor, com todos os conteúdos programáticos incluídos no programa da disciplina;  
Temas da atualidade e discussão de estudos de caso, de acordo com o programa ministrado;  
Consultas de trabalhos tendo em consideração os temas apresentados

#### **Língua de ensino**

Português

#### **Pré requisitos**

Não aplicável.

#### **Programas Opcionais recomendados**

Não aplicável.

#### **Observações**

---

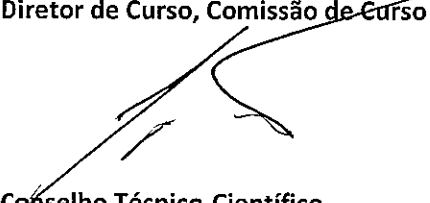
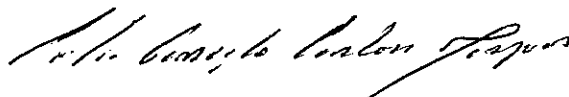
#### **Docente Responsável**

**António  
Anacleto  
Viegas Ferreira**

Assinado de forma digital  
por António Anacleto  
Viegas Ferreira  
Dados: 2018.09.05  
11:57:09 +01'00'

#### **Diretor de Curso, Comissão de Curso**

#### **Conselho Técnico-Científico**

Homologado pelo C.T.C.

Acta n.º 121 Data 4/10/2018

