



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Estratégia Empresarial

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Corporate Strategy

SIGLA DA ÁREA CIENTÍFICA EM QUE SE INSERE / SCIENTIFIC AREA ACRONYM

CS

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral

HORAS DE TRABALHO / WORK HOURS (número total de horas)

Paulo José Farias Rodrigues ? 30 horas de contacto

Paulo José Farias Rodrigues ? Contact time 30 hours

HORAS DE CONTACTO / CONTACT HOURS (discriminadas por tipo de metodologia adotado - T - Teórico; TP - Teórico-prático; PL - Prático e laboratorial; S- Seminário; OT - orientação tutorial)

Paulo José Farias Rodrigues ? 30 horas de contacto

Paulo José Farias Rodrigues ? Contact time 30 hours



ECTS

5

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

OBSERVATIONS

DOCENTE RESPONSÁVEL E RESPETIVA CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Paulo José Farias Rodrigues. 2 horas/semana

RESPONSIBLE ACADEMIC STAFF MEMBER AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT (FILL IN THE FULLNAME):

Paulo José Farias Rodrigues. 2 hours/week

OUTROS DOCENTES E RESPETIVAS CARGAS LETIVAS NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Não aplicável

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

Not applicable



OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES):

- Compreender a importância do pensamento e do planeamento estratégico.
- Aprofundar conceitos chave da Estratégia Empresarial.
- Desenvolver competências de gestão estratégica de forma a desenvolver vantagens competitivas sustentáveis.
- Desenvolver o espírito crítico dos alunos privilegiando a pesquisa e a análise crítica de cada teoria, estabelecendo pontes para a respectiva aplicação em casos práticos e na realidade empresarial.

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

- To understand the importance of strategic thinking and strategic planning .
- Deepening the key concepts of corporate strategy.
- To develop strategic management skills in order to create sustainable competitive advantages .
- To develop student's critical thinking, focusing on research and critical analysis of each theory , building bridges for its application in practical cases in a real business environment.
- To develop a strategic plan taking into consideration the overall context.



CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Análise Estratégica

- Pensamento Estratégico
- Análise da Envolvente
- Análise da Organização

Formulação da Estratégia

- Visão, Missão, Objectivos
- Estratégia e Vantagem Competitiva

Organização e Implementação da Estratégia

- Estrutura Organizacional/ Liderança
- Política de Gestão
- Estratégia em Portugal e Internacionalização

Apresentações e Resolução de Estudos de Caso

Apresentação de um Plano de Estratégico (Modelo CANVAS) no final do semestre, realizado como trabalho de grupo.



SYLLABUS:

Strategic Analysis

- Strategic Thinking
- Context Analysis
- Organization Analysis

Strategy Formulation

- Vision, Mission , Values
- Strategy and Competitive Advantage

Organization and Strategy Implementation

- Organizational Structure / Leadership
- Management Policy
- Strategy in Portugal and Internationalization Strategies

Presentation, Discussion and resolution of Case Studies, during the classes.

Presentation of a Strategic Plan (CANVAS MODEL), at the end of the semester , produced by students in Working Groups.

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR:

OBJECTIVO: Compreender a importância do pensamento e do planeamento estratégico.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS: Apresentação da metodologia de planeamento estratégico, dos seus benefícios baseados em casos reais. Diferenças entre planeamento estratégico e pensamento estratégico.

OBJECTIVO: Desenvolver competências de gestão estratégica de forma a desenvolver vantagens competitivas sustentáveis.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS: A Formulação da Estratégia como resposta às oportunidades, definindo Visão, Missão, Objectivos, bem como uma Estratégia que conduza a uma Vantagem Competitiva sustentada e sustentável, através da identificação clara de Factores Críticos de Sucesso.



DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES:

OBJECTIVE: To understand the importance of strategic thinking and strategic planning .

PROGRAMMATIC CONTENTS: Presentation of the methodology for strategic planning, its benefits based on real cases. Differences between strategic planning and strategic thinking.

OBJECTIVE: To develop strategic management skills in order to create sustainable competitive advantages .

PROGRAMMATIC CONTENT: Strategy formulation as a response to key opportunities. Definition of vision, mission, objectives and a strategy, aiming sustained and sustainable Competitive Advantage.

METODOLOGIAS DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA):

Metodologia expositiva, interrogativa e activa.

Exploração de Estudos de Caso

Apresentação e discussão de textos de notícias de imprensa.

Apresentação e discussão de vídeos temáticos.

AVALIAÇÃO:

Trabalho de grupo (Redacção e Apresentação oral de um Estudo de Caso) - 15%

Trabalho de grupo (Elaboração Modelo Negócio Canvas Apresentação oral (*Pitch*) , no final do semestre) - 25%

Trabalho Individual Escrito (Apresentação do Projecto ? Ideia de Negócio) - 60%. Classificação mínima de 8 valores



TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION):

Teacher presentation, questioning and active methodologies.

Case Studies discussion.

Presentation and discussion of texts from news media.

Performance Evaluation:

Working Group (Preparation and oral Presentation of a Case Study) - 15%

Working Group (Preparation and oral Presentation of a Business Model Canvas - end of the semester) - 25%.

Individual Work (Presentation of Business Model CANVAS)- 60% . Minimum score of 8/20

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR:

OBJECTIVO: Compreender a importância do pensamento e do planeamento estratégico.

Metodologia de ensino: Combinação entre a metodologia expositiva, interrogativa e activa. Aulas com componente de exposição da matéria lideradas pelo docente ou pelos alunos intercaladas com aulas de discussão colectiva baseadas na exploração de casos reais e textos de notícias.

OBJECTIVO: Aprofundar conceitos chave da Estratégia Empresarial.

Metodologia de ensino: Combinação entre a metodologia expositiva, interrogativa e activa. Aulas com componente de exposição da matéria lideradas pelo docente ou pelos alunos intercaladas com aulas de discussão colectiva baseadas na exploração de casos reais e textos de notícias, elaboração de Papers Científicos.

OBJECTIVO: Desenvolver competências de gestão estratégica de forma a desenvolver vantagens competitivas sustentáveis.

Metodologia de ensino: Combinação entre a metodologia expositiva, interrogativa e activa. Aulas com componente de exposição da matéria lideradas pelo docente ou pelos alunos intercaladas com aulas de discussão colectiva baseadas na exploração de casos reais e textos de notícias, elaboração de Papers Científicos, exploração de Estudos de Caso, apresentação e discussão de vídeos temáticos.



DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES:

OBJECTIVE: To understand the importance of strategic thinking and strategic planning .

Teaching methodology: Combined methodology of contents presentation, asking questions and active work. Classes with contents presentation conducted by the teacher or the students. Alternatively, lessons with group discussion based on the exploitation of real cases and text news.

OBJECTIVE: Deepening the key concepts of corporate strategy.

Teaching methodology: Combined methodology of contents presentation, asking questions and active work. Classes with contents presentation conducted by the teacher or the students. Alternatively, lessons with



BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:
MAIN BIBLIOGRAPHY:

Cusumano, M. A., Gawer, A. & Yoffie D. B. (2019). [*The Business of Platforms: Strategy in the Age of Digital Competition, Innovation, and Power*](#). N.Y. Harper Business.

Freedman, L. (2013). *Strategy: A History*. New York, Oxford University Press.

Freire, Adriano, (2008). *Estratégia: Sucesso em Portugal*, Lisboa: Editorial Verbo.

Iansiti, M. & Lakhani, K. R. (2020). [*Competing in the Age of AI: Strategy and Leadership When Algorithms and Networks Run the World*](#). Boston: Harvard Business School Press.

Kim, W. (2016). *A Estratégia Oceano Azul*, Lisboa: Actual Editora.

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2012). *Criar Modelos de Negócio*. Alfragide, Portugal: Dom Quixote.

Rodrigues, Paulo F; Ribeiro, et al (2016). *Marketing: do conhecimento à decisão*. ed. 1, 1 vol., Lisboa, Causa das Regras.