

1. Unidade Curricular (máx. 100 caracteres)

Planeamento e Gestão Estratégica

Curricular Unit (máx. 100 caracteres)

Planning and Strategic Management

2. Ciclo de Estudos (máx. 100 caracteres)

CO - Comunicação Organizacional (1º ciclo licenciatura)

Study Cycle (máx. 100 caracteres)

CO - Organizational Communication (1st cycle)

3. Percurso Alternativo (máx. 80 caracteres)

Comunicação de Marketing

Branche Option (máx. 80 caracteres)

Marketing communication

4. Ano Letivo / Academic Year – 2012/2013

5. Ano Curricular - 2 / Curricular Year - 2

6. Semestre / Semester – 2º

7. Nº ECTS / Number of ECTS - 6

8. Área Científica (máx. 50 caracteres) - **Ciências da Comunicação, Organizações e dos Media**

Scientific Area (máx. 50 caracteres) – **Communication, Organization and Media Sciences**

9. Tempo de Trabalho (horas) / Working hours:

Horas de Contato (Contact hours)							
TOTAL	T	TP	PL	TC	S	E	OT
168	12	36					

10. Código (Serviço de Gestão Académica) - 260012

11. Autor(es) do programa (máx. 500 caracteres)

João Daniel Faria Gomes Moraes

12. Aprovação em Área Científica (data da reunião dd/mm/aaaa) – 26/09/2012

Nota: De acordo com a Decisão do CTC os Programas são válidos por três anos letivos)

13. Aprovação em Conselho Científico (data da reunião dd/mm/aaaa) – 24/10/2012

Nota: De acordo com a Decisão do CTC os Programas são válidos por três anos letivos)

14. Docente responsável e respetiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo) / Responsible academic staff member and lecturing load in the curricular unit (fill in the full name) (máx. 1000 caracteres)

João Daniel Faria Gomes Moraes (48h)

15. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular (máx. 1000 caracteres)

Other academic staff and lecturing load in the curricular unit (máx. 1000 caracteres)

16. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes) (máx. 1000 caracteres)

Adquirir as competências necessárias que permitam efectuar o processo de planeamento estratégico da empresa, das unidades de negócio e dos diferentes produtos.

Learning outcomes of the curricular unit (máx. 1000 caracteres)

Developing the skills to make a business planning, including strategic business unit and product

17. Conteúdos Programáticos (máx. 1000 caracteres)

1. Estratégia, noções e conceitos

1.1. Definições

1.2. O pensamento estratégico e o planeamento estratégico

1.3. O plano estratégico vs. plano de marketing

2. Análise estratégica

2.1. Análise PESTE

2.2. Análise de mercado

2.2.1. A atractividade da Industria e o modelo de 5 forças de Porter

2.3. Análise interna

2.4. Análise SWOT

3. Objectivos

4. Definição da estratégia

4.1. Produtos/mercados

4.2. Integração vertical

4.3. Diversificação

4.4. Desenvolvimento empresarial

4.5. Internacionalização

5. A implementação da estratégia

Syllabus (máx. 1000 caracteres)

1. Notions and strategy concepts

1.1. definitions

1.2. Strategic thinking vs. strategic planning

1.3. The strategic plan vs. marketing plan

2. Strategic analysis

2.1. PEST analysis

2.2. Market analysis

2.2.1. Porter's five forces analysis, framework for industry analysis and business strategy

2.3. Internal analysis

2.4. SWOT Analysis

3. objectives

4. Strategy Definition

4.1. Products / markets

4.2. vertical integration

4.3. diversification

4.4. business Development

4.5. internationalization

5. Implementation of the strategy

18. *Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos da unidade curricular (máx. 1000 caracteres)*

Os conteúdos programáticos estão em coerência com os objectivos definidos para a unidade curricular. Dessa forma os conteúdos abordados irão permitir a aquisição das competências necessárias para fazer o planeamento estratégico e de marketing

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives

The syllabus is consistent with the different objectives of the curricular unit. Thus the subjects covered will allow the acquisition of skills needed to build a brand, defining for such a process and a set of actions to developing a strategic planning and a marketing planning

19. *Metodologias de ensino (avaliação incluída) (máx. 1000 caracteres)*

.Os conteúdos programáticos serão desenvolvidos mediante a combinação de sessão expositivas com sessões práticas e a resolução de exercicios ou análise e discussão de casos.

A avaliação compreende a realização de um trabalho individual (10%), um trabalho de grupo (40%) e um teste individual (40%). A presença e a participação nas aulas terão também uma ponderação de 10%.

O exame final a esta disciplina é composto por um teste escrito (50%) e por um trabalho com a mesma ponderação.

Teaching methodologies (including evaluation) (máx. 1000 caracteres)

The theoretical contents of the curricular unit will be presented through theory lectures and theoretical/practical for resolution of exercises or discussion and analysis of case studies.

The assessment includes a individual work (10%), a group work (40%) and an individual test (40%). Presence and participation will count for 10% of the final grade.

The final examination of this assignment consists in a written test (50%) and work with the same weight.

20. *Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular (máx. 3000 caracteres)*

A metodologias de ensino é coerente face aos objectivos da unidade curricular pois a exposição dos conteúdos programáticos associada à apresentação de casos práticos e à resolução de exercícios permitirá uma correcta compreensão dos mesmos.

Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes (máx. 3000 caracteres)

The teaching methodology is consistent with the objectives of the curricular unit because the exposure of the syllabus associated with presentation of case studies and exercises resolution will allow a correct understanding of the subject.

21. *Bibliografia Principal / Main Bibliography (máx. 1000 caracteres)*

FREIRE, A., 2002. Estratégia: Sucesso em Portugal. Lisboa: Editorial Verbo.

KOTLER, P. e KELLER, K. L., 2005. Administração de marketing, 12ª ed.. S.Paulo: Prentice Hall

MINTZBERG, H., LAMPEL, J. Quinn e GHOSHAL, S., 2003. The Strategy Process, 4ª ed., Londres: Prentice Hall.

22. *Sinopse Pública (máx. 500 caracteres)*

Com esta disciplina pretende-se que os alunos percebam a importância do processo de planeamento da empresa e das suas unidades de negócio, bem como sejam capazes de desenvolver a capacidade de compreensão relativamente às grandes opções estratégicas enquanto componentes do processo global da gestão das empresas.

Public Synopsis (máx. 500 caracteres)

The course aims to prepare the students to understand the importance of the planning process of the company and its business units. The aim is also developing the capacity of understanding on the major strategic options as components of the overall process of business management.