

1. Caracterização da Unidade Curricular

1.1. Designação da Unidade Curricular

1.1.1. Designação

Estratégia de Negócios e de Internacionalização

Curso(s):

Mestrado em Gestão e Empreendedorismo

1.1.2. *Designation*

Business and Internationalization Strategy

Course(s):

Master in Management and Entrepreneurship

1.2. Sigla da área científica em que se insere

1.2.1. Sigla da área científica

G

1.2.2. *Scientific area's acronym*

G

1.3. Duração da Unidade Curricular

1.3.1. Duração

Semestral

1.3.2. *Duration*

Semestral

1.4. Total de horas de trabalho

1.4.1. Horas de trabalho

Horas de Trabalho: 0135:00

1.4.2. *Working hours*

Working hours: 0135:00

1.5. Total de horas de contacto**1.5.1. Horas de contacto**

(T) Teóricas:	0000:00	(TC) Trabalho de Campo:	0000:00
(TP) Teórico-Práticas:	0022:30	(OT) Orientação Tutorial:	0020:00
(P) Práticas:	0000:00	(E) Estágio:	0000:00
(PL) Práticas Laboratoriais:	0000:00	(O) Outras:	0045:00
(S) Seminário:	0000:00		
Horas Contacto:	0087:30		

1.5.2. Contact hours

(T) Theoretical:	0000:00	(TC) Field Work:	0000:00
(TP) Theoretical-practical:	0022:30	(OT) Tutorial Guidance:	0020:00
(P) Practical:	0000:00	(E) Internship:	0000:00
(PL) Laboratory practices:	0000:00	(O) Other:	0045:00
(S) Seminar:	0000:00		
Contact Hours:	0087:30		

1.6. ECTS

5

1.7. Observações**1.7.1. Observações**

Não existem observações.

1.7.2. Comments

There are no comments.

2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular**2.1. Docente responsável e carga letiva (preencher o nome completo)****JOSÉ DUARTE MOLEIRO MARTINS**

TPMGE21 (1.5 horas semanais; 22.5 horas semestrais)

2.2. Responsible academic staff member and lecturing load (fill in the full name)**JOSÉ DUARTE MOLEIRO MARTINS**

TPMGE21 (1.5 week hours; 22.5 semester hours)

3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na Unidade Curricular

3.1. Outros docentes e respetivas carga letivas

3.2. *Other academic staff and lecturing load*

4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)

4.1. Objetivos de aprendizagem

Os alunos devem:

Saber definir e aplicar os principais conceitos.

Dominar as principais correntes teóricas do estado-de-arte da Estratégia.

Saber identificar e recolher a informação necessária num diagnóstico estratégico.

Conseguir aplicar os instrumentos de diagnóstico estratégico.

Saber definir e interpretar estratégias alternativas.

Saber escolher e fundamentar a opção estratégica a implementar.

Saber monitorizar e refinar a estratégia aplicada.

Dominar as dinâmicas de uma estratégia inovadora e flexível.

Identificar novas oportunidades de mercado perante a incerteza competitiva.

Dominar o processo de internacionalização dos negócios e das empresas.

Saber elaborar, apresentar e discutir um trabalho/artigo científico.

4.2. *Learning outcomes of the curricular unit*

Students should:

Know how to define and apply the main concepts.

Master the main theoretical currents of the state-of-the-art strategy.

Know how to identify and collect the necessary information in a strategic diagnosis.

To be able to apply the strategic diagnostic tools.

Know how to define and interpret alternative strategies.

Know how to choose and substantiate the strategic option to implement.

Know how to monitor and refine the applied strategy.

Master the dynamics of an innovative and flexible strategy.

Identify new market opportunities in the face of competitive uncertainty.

Master the process of internationalization of business and companies.

Know how to elaborate, present and discuss a scientific paper / article.

5. Conteúdos programáticos

5.1. Conteúdos

1. Evolução prática da Estratégia.
 - Principais conceitos.
2. Planeamento estratégico *versus* estratégia descentralizada.
 - O ambiente competitivo como um determinante da estratégia.
 - A natureza integrativa da estratégia.
3. Processo de formulação da estratégia de uma empresa.
 - Análise do mercado.
 - Análise do sector.
 - Análise de recursos.
 - Análise de atividades.
 - Alvo e segmentos de mercado a servir.
 - Posicionamento.
 - *Marketing mix*.
 - Definição da estratégia a adotar.
4. Implementação e controlo da estratégia.
 - Liderança.
 - Estrutura organizacional.
 - Cultura organizacional.
 - *Balanced Scorecard*.
5. Estratégia organizacional dinâmica.
 - *Learning organization*.
 - Hipercompetição. Capacidades dinâmicas.
 - Reengenharia do processo de negócio.
6. Estratégia de internacionalização dos negócios.
 - Processo de internacionalização.

5.2. *Syllabus*

1. Practical evolution of the Strategy.
 - ζ Key concepts.
2. Strategic planning versus decentralized strategy.
 - ζ The competitive environment as a determinant of strategy.
 - ζ The integrative nature of the strategy.
3. Process of formulating a company's strategy.
 - ζ Market analysis.
 - ζ Sector analysis.
 - ζ Resource analysis.
 - ζ Activity analysis.
 - ζ Target and market segments to serve.
 - ζ Positioning.
 - ζ Marketing mix.
 - ζ Definition of the strategy to adopt.
4. Implementation and control of the strategy.
 - ζ Leadership.
 - ζ Organizational structure.
 - ζ Organizational culture.
 - ζ Balanced Scorecard.
5. Dynamic organizational strategy.
 - ζ Learning organization.
 - ζ Hypercompetition. Dynamic Capabilities.
 - ζ Business process reengineering.
6. Internationalization strategy of the business.
 - ζ Internationalization process.

6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos da Unidade Curricular

6.1. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos

Os conteúdos programáticos são estruturados por capítulos nos quais se parte de uma análise do geral para o particular incorporando os conceitos fundamentais de estratégia e de internacionalização, bem como os principais instrumentos indispensáveis na análise de diagnóstico estratégico, por forma a concretizar os objetivos propostos da unidade curricular.

6.2. *Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives*

The syllabus is structured in chapters in which it is part of a general-to-private analysis incorporating the fundamental concepts of strategy and internationalization, as well as the main indispensable instruments in strategic diagnostic analysis, in order to achieve the proposed objectives of the course.

7. Metodologias de ensino (avaliação incluída)

7.1. Metodologias de ensino (avaliação incluída)

O método de ensino combina a abordagem expositiva com casos de estudo, de modo a permitir o domínio dos conceitos e dos instrumentos de aplicação prática. A vertente empírica da unidade curricular visa permitir aos alunos testarem e demonstrarem a aquisição de conhecimento técnico e de competências de relacionamento interpessoal orientadas para o trabalho em equipa.

Avaliação: teste (50%); trabalho de grupo (50%).

7.2. *Teaching methodologies (including evaluation)*

The teaching method combines the expository approach with case studies in order to master the concepts and instruments of practical application. The empirical aspect of this course aims to enable students to test and demonstrate the acquisition of technical knowledge and interpersonal skills related to teamwork.

Evaluation: test (50%); group work (50%).

8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da Unidade Curricular

8.1. Demonstração da coerência das metodologias

A resolução dos testes ou exame permite aferir a aquisição dos conhecimentos. A realização do trabalho prático permite que o aluno adquira os conhecimentos numa forma prática, e não abstrata, tal como referido nos objetivos da unidade curricular.

8.2. *Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes*

The resolution of the tests or examination allows assessing the acquisition of knowledge. Doing the practical work allows the student to acquire the knowledge in a practical rather than abstract way, as mentioned in the objectives of the course.

9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória

Barney, J. (2014), *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*, 4th edition, Pearson.

Blomstermo, A. e Sharma, D. (2003), *Learning in the Internationalisation Process of Firms*, Edward Elgar.

D' Aveni, R. (1994), *Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering*, Free Press.

Hitt, M., Ireland, R. e Hoskisson, R. (2015), *Strategic Management: Concepts & Competitiveness and Globalization*, 11th edition, Cengage Learning.

Martins, J. (2010), *Estratégia Organizacional Dinâmica*, Edições Sílabo.

Martins, J. (2011), *Internacionalização e Globalização das Empresas*, Edições Sílabo.

Robertson, D. e Caldart, A. (2009), *The Dynamics of Strategy*, Oxford.

Senge, P. (2006), *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*, 2nd edition, Random House Business.