



SETEMBRO 9 e 10

Faculdade de Economia | UAlg | Campus de Gambelas | Edifício 9

GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

Duração: 8 horas

Horário: segunda e terça-feira, das 10h00 às 12h00 e das 14h00 às 16h00

Sala: (a informar)

Inscrições: até 5 de setembro. Secretariado CIEO: cieoinfo@ualg.pt

A participação é gratuita mas o registo é obrigatório.

Formador:

Maria Amalia Trillo Holgado, Universidade de Córdoba

Nota biográfica:

Maria Amalia Trillo Holgado é Professora do Departamento de Estatística, Econometria, Investigação Operacional, Organização Empresarial e Economia Aplicada da Universidade de Córdoba. Tem lecionado em diferentes escolas, nomeadamente, Escola Politécnica de Córdoba, Escola Politécnica de Cádiz, Escola Politécnica de Algeciras, Faculdade de Direito e Comercial de Córdoba e Faculdade de Ciências do Trabalho de Córdoba. Orientou dezenas de projetos de final de curso, teses de mestrado e doutoramento. Contribuiu regularmente para livros e artigos científicos na área de Organização Empresarial. Participou em vários projetos de investigação, em particular financiados pela Junta de Andaluzia. Criou e coordena o grupo de pesquisa SEJ493 Investigação Empresarial. Tem o título de especialista para formação de professores universitários.

Programa:

Este é um programa de formação de curta duração, realizado no contexto de atividades de intercâmbio docente do programa ERASMUS+, num total de 8 horas, que pretende dar a conhecer ferramentas fundamentais para o desenvolvimento de um plano estratégico empresarial, dando atenção a especificidades do mercado ibérico. As sessões consistem em aulas de exposição teórica seguidas de exercícios práticos para aplicação dos conceitos.

1. Fundações de gestão estratégica: Conceito de estratégia; Evolução do conceito na literatura; Elementos e níveis da estratégia; Planeamento e processo estratégico.
2. Estratégia em um mundo globalizado: A missão e objetivos estratégicos; Forças da globalização na atividade empresarial; Grupos de interesse; Responsabilidade social e ética da atividade empresarial.
3. Análise externa da empresa: Fatores relevantes no ambiente genérico: a análise PEST; Análise do ambiente específico: Modelos Porter e Bueno Campos; Oportunidades para a vantagem competitiva e a identificação dos principais fatores de sucesso.
4. Análise interna: Teoria dos recursos e capacidades.
5. Opções estratégicas e sua implementação: Vantagens competitivas; O relógio estratégico; Diferentes opções estratégicas; Implementação da estratégia e cultura de negócios.
6. Atividades sobre opções estratégicas e cultura empresarial.

ORGANIZAÇÃO:

Centro de Investigação sobre o Espaço e as Organizações (CIEO), Universidade do Algarve (UAlg)