

Unidade Curricular	Marketing e Empreendedorismo		Área Científica	Ciências Empresariais	
Mestrado em	Tecnologias da Ciência Animal		Escola	Escola Superior Agrária de Bragança	
Ano Letivo	2022/2023	Ano Curricular	1	Nível	2-1
Tipo	Semestral	Semestre	2	Créditos ECTS	6.0
Código	5026-453-1204-00-22				
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T 30	TP -	PL 18
			TC 6	S 6	E -
			OT 20	O -	

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Alda Maria Vieira Matos Gonçalves

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Conhecer os aspetos fundamentais do marketing e o modo como contribui para a gestão das organizações na atualidade;
2. Compreender o comportamento do consumidor, principais variáveis de marketing e avaliar o impacto das opções relativas às variáveis de marketing na estratégia da empresa;
3. Conhecer os determinantes da criação de empresas de sucesso
4. Analisar a viabilidade económico-financeira de um projeto de investimento

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Não tem

Conteúdo da unidade curricular

1. Estratégia de Marketing e estudos de mercado 2. Empreendedorismo e Criação de Empresas: factores condicionantes do empreendedorismo; ; Processo empreendedor; Modelo e plano de negócios; Criação da empresa - forma jurídica, constituição, apoios e obrigações fiscais. Análise da viabilidade económica e financeira de projectos de investimento.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Fundamentos do marketing e empreendedorismo
 - Definição, origem e gestão do marketing
 - O meio envolvente de Marketing
 - Conceito e importância do empreendedorismo; Perfil do empreendedor.
 - Empreendedorismo em Portugal e empreendedorismo jovem; situação actual e factores condicionantes.
 - O processo empreendedor: fases e factores determinantes
2. Estudos de mercado e comportamento do consumidor
 - Mercado. Especificidade dos mercados agrícolas
 - Sistemas de informação e pesquisa de marketing (métodos de previsão)
 - Mercado Consumidor e comportamento de compra do consumidor
 - Análise de oportunidades
3. Estratégia de marketing
 - Segmentação de mercado, determinação do grupo-alvo e posicionamento.
 - Marketing-mix
 - A estratégia de marketing e o desenho do modelo de negócio
4. Plano de marketing
5. Geração e avaliação de ideias de negócios
6. Elaboração do Plano de Negócios
7. Análise da viabilidade económica e financeira projetos de investimento
8. Constituição da empresa: formas jurídicas; métodos; formas de financiamento e obrigações fiscais.

Bibliografia recomendada

1. Kotler, P. ; Armstrong, G. (2017), "Principles of Marketing", 17th Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
2. Kotler, P. Lane K. (2020), "Marketing Management, Global Edition", 15th edição, Published by Pearson (October 16th 2020).
3. Baynast, A. ; Lendrevie, J. ; Lévy, J. (2021). Trad. Dionísio, P. ; Rodrigues, V. "Mercator, Teoria o marketing na Era Digital", 18ª edição, Publicações Dom Quixote
4. IAPMEI (2016). Guia Explicativo para a Criação do Plano de Negócios e do seu Modelo Financeiro. Start Up Portugal, IAPMEI – Agência para a Competitividade e Inovação, Abril 2016.
5. IAPMEI (2016). Manual do Empreendedor. Start Up Portugal, IAPMEI – Agência para a Competitividade e Inovação, Abril 2016.

Métodos de ensino e de aprendizagem

Aulas teórico-práticas onde se apresentam e discutem situações concretas e estudos de caso, que permitam não apenas a troca de experiências, mas também a prática da tomada de decisões individuais e em grupo que ajudem a consolidar os resultados de aprendizagem. Orientação tutoria, de modo a capacitar os alunos para a criação de uma empresa "real" e a execução do plano de negócios subjacente.

Alternativas de avaliação

1. Alternativa 1 - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Trabalhos Práticos - 50%
 - Prova Intercalar Escrita - 50%
2. Alternativa 2 - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100%

Língua em que é ministrada

1. Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros
2. Espanhol

Validação Eletrónica

Alda Maria Vieira Matos Gonçalves	Maria Isabel Barreiro Ribeiro	Alfredo Jorge Costa Teixeira	Paula Sofia Alves do Cabo
13-12-2022	17-12-2022	19-12-2022	31-12-2022