

Unidade Curricular	Marketing e Empreendedorismo	Área Científica	Ciências Empresariais
Mestrado em	Tecnologias da Ciência Animal	Escola	Escola Superior Agrária de Bragança
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	1
Tipo	Semestral	Semestre	2
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - TP - PL - TC - S - E - OT - O -
Códigos			
5026-810-1203-00-23		Créditos ECTS 6.0	

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) António José Gonçalves Fernandes

Resultados da aprendizagem e competências

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

1. Analisar e interpretar as tendências do mercado.
2. Explicar as principais mudanças que ocorrem no ambiente de marketing.
3. Analisar os diversos comportamentos de compra do consumidor, no mercado de bens de grande consumo e no mercado industrial.
4. Descrever as etapas de um processo de pesquisa em marketing.
5. Determinar como as empresas podem identificar os segmentos que permitirão criar o seu mercado.
6. Conhecer os determinantes da criação de empresas de sucesso
7. 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. Elaboração e análise de projecções económicas e financeiras

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Estratégia de Marketing e estudos de mercado
 - Definição, origem e gestão do marketing
 - O meio envolvente de Marketing
 - Análise de oportunidades
 - Estratégia de marketing
 - Sistemas de informação e pesquisa de marketing (métodos de previsão)
 - Mercado Consumidor e comportamento de compra do consumidor
 - Segmentação de mercado, determinação do grupo-alvo e posicionamento.
 - Marketing-mix
 - Plano de marketing
 - Implementação e controlo
2. Elaboração e análise de projecções económicas e financeiras
 - Conceito e classificação de projectos agrícolas
 - Ciclo de vida de projectos agrícolas
 - Ópticas de avaliação de projectos agrícolas
 - Critérios de avaliação de projectos agrícolas
 - Sistema de preços a utilizar
 - Análise de projectos agrícolas com base em orçamentos plurianuais
 - Estrutura e processo de elaboração do "cash flow"
 - Utilização e processo de elaboração do "funds flow"

Bibliografia recomendada

1. Avillez, F., da Silva, F., Trindade, C., Avillez, F., Salema, J.; Pereira, N. (2006), "Análise de Investimentos – manual técnico", Entidade gestora do programa AGRO..
2. Kotler, P.; Armstrong, G. (2020), "Principles of Marketing", 18th edition, Pearson Education Limited.
3. Kotler, P. (2015), "Marketing Management", 15ª edição, Pearson.
4. Lindon, D.; Lendrevie, J.; Lévy, J.; Dionísio, P.; Rodrigues, V. (2015), "Mercator, Teoria e prática do marketing", 16ª edição, Publicações Dom Quixote.
5. Baron, R.; Shane, S. (2007), Empreendedorismo: uma visão do processo, Cengage Learning.

Métodos de ensino e de aprendizagem

Expositiva, demonstrativa e interactiva

Alternativas de avaliação

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

Língua em que é ministrada

Português

Validação Eletrónica			
António José Gonçalves Fernandes	Alda Maria Vieira Matos Gonçalves	Alfredo Jorge Costa Teixeira	Paula Sofia Alves do Cabo
16-01-2024	17-01-2024	17-01-2024	23-01-2024

Este documento só tem validade académica depois de autenticado, em todas as suas folhas, com o selo a óleo da Instituição.