

Unidade Curricular	Inovação, Marketing e Comercialização	Área Científica	Clências Sociais e Exatas
Licenciatura em	Enologia	Escola	Escola Superior Agrária de Bragança
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	3
Nível	1-3	Créditos ECTS	6.0
Tipo	Semestral	Semestre	2
Código	9998-705-3201-00-23		
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP - - PL 60 TC - - S - - E - - OT 4 O - -

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

Nome(s) do(s) docente(s) Paula Sofia Alves do Cabo

Resultados da aprendizagem e competências

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

1. Conhecer os principais desafios da gestão da inovação e compreender o processo de inovação;
2. Desenvolver um negócio/produto inovador e avaliar o potencial do mesmo;
3. Criar e implementar processos, estruturas e estratégias de gestão da inovação;
4. Conhecer os aspetos fundamentais do marketing e o modo como contribui para a gestão das organizações na atualidade;
5. Compreender o comportamento do consumidor, principais variáveis de marketing e avaliar o impacto das opções relativas às variáveis de marketing na estratégia da empresa;
6. Caracterizar e identificar os diferentes mercados de produtos agroalimentares e respetivos circuitos comerciais.
7. Identificar as formas associativas para a comercialização e marketing de produtos agroalimentares.
8. Formular estratégias de comercialização em função do produto e do mercado.

Pré-requisitos

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

Conteúdo da unidade curricular

1. Inovação: Modelos e tipologias: inovação do produto, do processo, organizacional e de marketing; estratégias de inovação. Ideação e avaliação de ideias. 2. Marketing: Comportamento do consumidor e estudo de mercado; opções estratégicas e políticas de marketing; atuação coletiva em marketing; marketing digital. 3. Comercialização: tipos de mercados e produtos agroalimentares; circuitos de comercialização; formas associativas de comercialização. Segmentação e ciclo de vida de um mercado.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Inovação
 - Modelos de inovação
 - Tipologias de inovação: Inovação do produto e processo; Inovação organizacional e de marketing
 - Estratégias de inovação: Criatividade interna; Networking e inovação aberta
 - Formulação de estratégias de inovação; Design thinking; Modelo CANVAS; E-business e E-commerce
 - Processo de geração, identificação, seleção e avaliação de ideias
2. Marketing
 - Conceitos básicos
 - Comportamento do consumidor e estudo de mercado
 - Opções estratégicas - segmentação e diferenciação
 - Políticas de marketing - produto, preço, comunicação, distribuição
 - Plano de marketing
 - Atuação coletiva em marketing
 - Marketing digital
3. Comercialização
 - Conceitos básicos
 - Tipos de mercados e de produtos agroalimentares
 - Circuitos de comercialização, tipos de agentes e de métodos de compra e venda.
 - Formas associativas para a comercialização
 - Segmentação de mercados. Ciclo de vida de um mercado

Bibliografia recomendada

1. Armstrong, G. & Kotler, P. (2016). Marketing: An Introduction (13th Edition). Pearson. Wiley & Sons.
2. Ettl, John E. (2006), Managing innovation, new technology, new products and new services in a global economy, 2nd edition, Elsevier.
3. Kelly, T. & Jonathan L. (2007), As dez faces da inovação: o poder da criatividade e da inovação na empresa, Editorial Presença.
4. François, M. (2000). Comercializar os produtos locais: circuitos curtos e circuitos longos. Inovação no meio rural. Caderno nº 7. Observatório Europeu LEADER.
5. Mello, L. & Marreiros, C. (2009). "Marketing de produtos agrícolas", AJAP, Lisboa.

Métodos de ensino e de aprendizagem

As aulas funcionam como uma oficina, as diferentes temáticas abordadas de forma teórico-prática, com a discussão de estudos de caso, que permitam a troca de experiências e a prática da tomada de decisões, e consolidar os resultados de aprendizagem. Assenta na realização de trabalhos em equipa, promovendo o trabalho colaborativo; seminários, workshops e visitas de campo.

Alternativas de avaliação

1. Alternativa 1 - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Trabalhos Práticos - 40%
 - Projetos - 50%
 - Exame Final Escrito - 10%
2. Alternativa 2 - (Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Projetos - 50%
 - Exame Final Escrito - 50%

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Paula Sofia Alves do Cabo	Alda Maria Vieira Matos Gonçalves	António Castro Ribeiro	Paula Sofia Alves do Cabo
23-01-2024	23-01-2024	27-01-2024	09-04-2024