

Unidade Curricular Comercialização e Marketing Agroalimentar				Área Científica			
	Pós-Graduação em AgroBusiness			Escola	Escola Superior de Tecnologia e de Gestão de Bragança		
Ano Letivo	2022/2023	Ano Curricular	1	Nível		Créditos ECTS	2.0
Tipo	Semestral	Semestre	1	Código	5063-749-1105-00-22		
Horas totais de trab	alho 54	Horas de Contacto	Т - ТР	- PL - T	c - s -	E - OT	. 0 .
T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutórica; O - Outra							
N ()   ()   ()   ()   ()   ()   ()   ()							

Nome(s) do(s) docente(s) Ana Cristina Bras Silverio

## Resultados da aprendizagem e competências

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

- 1. Compreender o papel do marketing na empresa, o sistema de marketing e as dimensões funcionais do marketing;
  2. Analisar os clientes à luz das atuais tendências do mercado/consumo, o mercado potencial, a ação da concorrência e as potencialidades da envolvente;
  3. Argumentar e aplicar técnicas relacionais e comunicacionais que permitam criar pontos convergentes e de sintonia com o cliente interno e externo;
  4. Analisar, compreender e enquadrar o comportamento do consumidor no planeamento de marketing;
  5. Identificar e distinguir as políticas do mix de marketing;

#### Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de: Aplicar conhecimentos adquiridos em fundamentos científicos da gestão empresarial.

#### Conteúdo da unidade curricular

O Conceito de Marketing e a sua Importância para as Organizações. O Mercado Global e os seus Atores. Compreender o Comportamento do Consumidor. A Segmentação de Mercados. Gestão do Marketing-mix.

#### Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

- 1. O conceito de marketing e a sua importância para as organizações
- O conceito de marketing e a sua importância para as organizar

   Definição de marketing
   A conceção tradicional e a conceção moderna do marketing
   As fases do ciclo de marketing
   A atitude e as técnicas do marketing

   O mercado global e os seus atores

   O que é um mercado: definição restrita e alargada
   Os fatores de evolução dos mercados
   O estudo dos concorrentes

   Compreheder o comportamento do compreher

- 3. Compreender o comportamento do comprador

- Compreender o comportamento do comprador

   A análise do comportamento do comprador
   O sistema de informação em marketing

   A segmentação de mercados

   As razões da segmentação
   Análise da macro segmentação e micro segmentação
   A segmentação de mercados industriais
   A realização de uma estratégia de segmentação

   Gestão do marketing-mix

   A política de preço
   A política de comunicação
   A política de distribuicão

- A política de distribuição

## Bibliografia recomendada

- Baynast, A. , Lendrevie, J. , Lévy, J. , Dionísio, P. , & Rodrigues, V. (2018). Mercator: 25 Anos O Marketing na Era Digital (17. ª Edição). Lisboa: Dom Quixote.
   Bendle, N. , Reibstein, D. , Pfeifer, P. , & Farris, P. (2017). Grandes Métricas do Marketing: Os principais indicadores que todo o gestor deve conhecer. Lisboa: Actual Editora.
   Kotler, P. , & Keller, K. L. (2018). Administração de Marketing (15. ª Edição). São Paulo: Pearson.
   Rodrigues, M. , Caetano, J. , Marques, H. , Ferreira, B. , & Rasquilha, L. (2020). Fundamentos de Marketing (3ª Edição). Lisboa: Edições Sílabo.
   Solomon, M. R. (2016). O comportamento do consumidor Comprando, possuindo e sendo (11. ª Edição). São Paulo: Bookman.

#### Métodos de ensino e de aprendizagem

Aulas teórico-práticas onde se apresentam e discutem conceitos, metodologias e técnicas, com recurso a meios audiovisuais. Análise e discussão de situações concretas, estudos de casos, que permitam não só a troca de experiências más também a prática da tomada de decisões em grupo e que ajudem a consolidár os resultados de aprendizagem. Sessões tutoriais nas horas de contacto.

# Alternativas de avaliação

Alternativa 1 - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso)
 Exame Final Escrito - 100%

# Língua em que é ministrada

# Português

Validação EletrónicaAna Cristina Bras SilverioAntónio Borges FernandesJosé Carlos Rufino Amaro22-06-202323-06-202323-06-2023