English version at the end of this document

Ano Letivo	2016-17
Unidade Curricular	MERCADOS E COMERCIALIZAÇÃO
Cursos	GESTÃO SUSTENTÁVEL DOS ESPAÇOS RURAIS (2.º Ciclo) GESTÃO DA QUALIDADE E MARKETING AGRO-ALIMENTAR (2.º Ciclo) (*) (*) Curso onde a unidade curricular é opcional
Unidade Orgânica	Faculdade de Ciências e Tecnologia
Código da Unidade Curricular	16771018
Área Científica	ECONOMIA
Sigla	
Línguas de Aprendizagem	Português
Modalidade de ensino	Ensino à distância
Docente Responsável	Ana Paula Morais Pires Figueira

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Ana Paula Morais Pires Figueira	T	T1	10T
Maria Isabel Costa Gonçalves Valente	T	T1	15T

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
1º	S1	25T	168	6

* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Não aplicável

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Introdução à empresa, à gestão estratégica e ao pensamento de marketing.

Analisar informações quantitativas e financeiras sobre o desempenho do mercado, produtos, custos e demais dados, visando apoiar o processo de estudos mercadológicos e económicos.

Aplicar técnicas de estudos de mercado, de comercialização de produtos, de fixação de preços e de vendas.

Desenvolver a visão sistémica de produtividade e competitividade.

Desenvolver princípios e técnicas de gestão comercial da empresa agro-alimentar, em especial mecanismos de formação de preços.

Sistematização conceptual e metodológica da temática da avaliação de activos agrários.

Conteúdos programáticos

I. Conceitos introdutórios

a) Breve abordagem à gestãoe à evolução do pensamento nesta área.

b) Conceito e âmbito da gestão estratégica

c) Análise estratégica

d) A organização da empresa

e) A orientação de marketing e a criação de valor

f) O marketing em acção

II. Aplicação dos conceitos ao sector de actividade

a) Contas Económicas da Agricultura e Silvicultura

b) Rendimento, Produtividade e Competitividade

c) Mercados Agro-Alimentares

d) Mecanismos de Formação de Preços

e) Avaliação de Activos Agrários

f) Conceitos, Métodos e Aplicações.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

As aulas teóricas decorrem com a utilização do método expositivo escrito utilizando documentos preparados para responder aos objectivos de cada aula, onde se descrevem e explicam os conteúdos programáticos.

A aplicação de conhecimentos é realizada analisando e discutindo artigos científicos e estudos de caso nos fóruns e actividades colocadas na Plataforma moodle, uma componente prática onde se pretendem ilustrar situações reais, através dos estudos de caso e da resolução de exercícios.

Uma metodologia de participação ativa nas aulas onde se fomenta a discussão de ideias e opiniões nos fóruns com o objectivo de desenvolver a capacidade de raciocínio e de tomada de decisão. Incentivo à pesquisa e acompanhamento do trabalho de pesquisa para a resolução de exercícios.

A avaliação é realizada por frequência ou por exame final. A avaliação por frequência inclui dois testes individuais e escritos com as ponderações de 40% e de 60%. O exame tem a ponderação de 100%.

Bibliografia principal

Avillez, F. et al (2004). *Rendimento e Competitividade Agrícolas em Portugal* , Livraria Almedina, Coimbra.

Caballer, V. (1998). *Valoración Agrária,* Ediciones Mundi-Prensa, Madrid.

Colman, D. e Young, T. (1995). *Principles of Agricultural Economics* , University Press, Cambridge.

Helmberger, P. e Chavas, J. (1996). *The Economics of Agricultural Prices* , Prentice Hall, New Jersey.

Kotler, Philip (2011). Marketing 3.0 ? Do produto e de consumidor até ao espírito humano. Actual Editora.

Lagrange, L. (1995). *La Commercialisation des Produits Agricoles et Alimentaires,* TEC & DOC ? Lavoisier, Paris.

Sebastian, R. e Osuna, Mª. (1995). *Valoración Agraria* , Ediciones Munidi-Prensa, Madrid.

Tsakok, I. (1990). *Agricultural Price Policy* , Cornell University Press, Ithaca and London.

UAlg
UNIVERSIDADE DO ALGARVE

Academic Year	2016-17
Course unit	MARKETS AND COMMERCIALIZATION
Courses	SUSTAINABLE MANAGEMENT OF RURAL AREAS QUALITY MANAGEMENT AND AGRO-FOOD MARKETING (*) (*) Optional course unit for this course
Faculty / School	Faculdade de Ciências e Tecnologia
Main Scientific Area	ECONOMIA
Acronym	
Language of instruction	Portuguese
Teaching/Learning modality	E-learning
Coordinating teacher	Ana Paula Morais Pires Figueira

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Ana Paula Morais Pires Figueira	T	T1	10T
Maria Isabel Costa Gonçalves Valente	T	T1	15T

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
25	0	0	0	0	0	0	0	168

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

Pre-requisites

no pre-requisites

Prior knowledge and skills

Not applicable.

The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

Introduction to business , strategic management and marketing thinking .

Analyze quantitative financial information about the performance of the market , products , costs, and other data , to support the process of market and economic research .

Apply techniques of market research , product marketing , pricing and sales .

Develop a systemic view of productivity and competitiveness .

Develop principles and techniques of business management of agro -food business, particularly mechanisms of price formation.

Conceptual and methodological systematization of the subject of evaluation of agricultural assets.

Syllabus

I. Introductory concepts

a) Brief approach to the management and evolution of thinking in this area .

b) Concept and scope of strategic management

c) Strategic Analysis

d) The organization of the company

e) The marketing orientation and value creation

f) Marketing in Action

II . Application of concepts to the business sector

a) Economic Accounts for Agriculture and Forestry

b) Income , Productivity and Competitiveness

c) Agro -Food Markets

d) Mechanisms of Formation of Prices

e) Valuation of Assets Agrarian

f) Concepts , Methods and Applications .

Teaching methodologies (including evaluation)

Theoretical lessons are based on the use of the expository method using written documents prepared to meet the objectives of each lesson, which describes and explains the syllabus.

The application of knowledge is carried out by analyzing and discussing scientific articles and case studies in forums and activities put on Moodle Platform, a practical component where they are intended to illustrate real life situations through case studies and problem solving.

A methodology for active participation in classes where the discussion of ideas and opinions is encouraged in the forums with the aim of developing the powers of reasoning and decision-making.

Encouraging research and monitoring of research work for solving exercises .

The evaluation is performed by frequency and a final exam . The evaluation often includes two individual tests and written with weightings of 40 % and 60 %.The exam has a weighting of 100 %.

Main Bibliography

Avillez, F. et al (2004). *Rendimento e Competitividade Agrícolas em Portugal* , Livraria Almedina, Coimbra.

Caballer, V. (1998). *Valoración Agrária,* Ediciones Mundi-Prensa, Madrid.

Colman, D. e Young, T. (1995). *Principles of Agricultural Economics* , University Press, Cambridge.

Helmberger, P. e Chavas, J. (1996). *The Economics of Agricultural Prices* , Prentice Hall, New Jersey.

Kotler, Philip (2011). Marketing 3.0 ? Do produto e de consumidor até ao espírito humano. Actual Editora.

Lagrange, L. (1995). *La Commercialisation des Produits Agricoles et Alimentaires,* TEC & DOC ? Lavoisier, Paris.

Sebastian, R. e Osuna, Mª. (1995). *Valoración Agraria* , Ediciones Munidi-Prensa, Madrid.

Tsakok, I. (1990). *Agricultural Price Policy* , Cornell University Press, Ithaca and London.