

---

**Ano Letivo** 2022-23

---

**Unidade Curricular** MERCADOS E COMERCIALIZAÇÃO

---

**Cursos** GESTÃO SUSTENTÁVEL DE ESPAÇOS RURAIS (2.º Ciclo)

---

**Unidade Orgânica** Faculdade de Ciências e Tecnologia

---

**Código da Unidade Curricular** 16771018

---

**Área Científica** ECONOMIA

---

**Sigla**

---

**Código CNAEF (3 dígitos)** 621

---

**Contributo para os Objetivos de  
Desenvolvimento Sustentável - 4; 12  
ODS (Indicar até 3 objetivos)**

---

**Línguas de Aprendizagem** Português

---

**Modalidade de ensino**

Ensino à distância

---

**Docente Responsável**

João Pedro Valadas da Silva Monteiro

---

| DOCENTE                              | TIPO DE AULA | TURMAS | TOTAL HORAS DE CONTACTO (*) |
|--------------------------------------|--------------|--------|-----------------------------|
| João Pedro Valadas da Silva Monteiro | T            | T1     | 14T                         |
| Maria Isabel Costa Gonçalves Valente | T            | T1     | 13T                         |

\* 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                        | 27T               | 156                      | 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 gestão e 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, M<sup>a</sup>. (1995). *Valoración Agraria*, Ediciones Mundi-Prensa, Madrid.

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

---

**Academic Year** 2022-23

---

**Course unit** MARKETS AND COMMERCIALIZATION

---

**Courses** SUSTAINABLE MANAGEMENT OF RURAL AREAS  
Common Branch

---

**Faculty / School** FACULTY OF SCIENCES AND TECHNOLOGY

---

**Main Scientific Area**

---

**Acronym**

---

**CNAEF code (3 digits)** 621

---

**Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives)** 4; 12

---

**Language of instruction** Portuguese

---

**Teaching/Learning modality** E-learning

**Coordinating teacher** João Pedro Valadas da Silva Monteiro

| Teaching staff                       | Type | Classes | Hours (*) |
|--------------------------------------|------|---------|-----------|
| João Pedro Valadas da Silva Monteiro | T    | T1      | 14T       |
| Maria Isabel Costa Gonçalves Valente | T    | T1      | 13T       |

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

| Contact hours | T  | TP | PL | TC | S | E | OT | O | Total |
|---------------|----|----|----|----|---|---|----|---|-------|
|               | 27 | 0  | 0  | 0  | 0 | 0 | 0  | 0 | 156   |

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, M<sup>a</sup>. (1995). *Valoración Agraria* , Ediciones Mundi-Prensa, Madrid.

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