

Caraterização da Unidade Curricular / Characterisation of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular / Curricular Unit:	[318590860034] Marketing, Inovação e Empreendedorismo		
	[318590860034] Marketing, Innovation and Entrepreneurship		
Plano / Plan:	Plano Oficial 2022		
Curso / Course:	Engenharia Agronómica Agronomic Engineering		
Grau / Diploma:	Licenciado		
Departamento / Department:	Ecologia e Agricultura Sustentável (DEAS)		
Unidade Orgânica / Organic Unit:	Escola Superior Agrária de Viseu		
Área Científica / Scientific Area:	Ciências Agronómicas		
Ano Curricular / Curricular Year:	3		
Período / Term:	S2		
ECTS:	5		
Horas de Trabalho / Work Hours:	0135:00		
Horas de Contacto/Contact Hours:			
(T) Teóricas/Theoretical:	0030:00	(TC) Trabalho de Campo/Fieldwork:	0000:00
(TP) Teórico-Práticas/Theoretical-Practical:	0045:00	(OT) Orientação Tutorial/Tutorial Orientation:	0000:00
(P) Práticas/Practical:	0000:00	(E) Estágio/Internship:	0000:00
(PL) Práticas Laboratoriais/Practical Labs:	0000:00	(O) Outras/Others:	0000:00
(S) Seminário/Seminar:	0000:00		

Docente Responsável / Responsible Teaching

[4040] Vítor João Pereira Domingues Martinho

Outros Docentes / Other Teaching

[4040] Vítor João Pereira Domingues Martinho

Objetivos de Aprendizagem

- Transmitir conceitos sobre mercados, comercialização, marketing, inovação e empreendedorismo;
- Analisar o setor agrícola;
- Explicar os mercados agrícolas;
- Descrever as fileiras de comercialização de produtos agrícolas;
- Elaborar planos de marketing no setor agrícola;
- Apresentar exemplos de inovação agrícola;
- Desenvolver capacidades empreendedoras.

Learning Outcomes of the Curricular Unit

- Transmit concepts about markets, commercialization, marketing, innovation and entrepreneurship;
- Analyze the agricultural sector;
- Explain agricultural markets;
- Describe the agri-food chains;
- Develop marketing plans in the agricultural sector;
- Present examples of agricultural innovation;
- Develop entrepreneurial skills.

Conteudos Programáticos

I- Introdução

- 1- Objetivos;

2- Conceitos de mercados, comercialização, marketing, inovação e empreendedorismo;

3- O setor agrícola.

II- O consumidor

1- Teoria da procura:

1.1- Procura individual;

1.2- Efeito rendimento e efeito substituição;

1.3- Exceções à lei da procura;

1.4- Modificações da procura.

2- Teoria da utilidade/satisfação:

2.1- Maximização da utilidade/satisfação.

III- O produtor

1- Teoria da oferta:

1.1- Oferta individual;

1.2- Modificações da oferta.

2- Produção e custos:

2.1- Teoria da produção;

2.2- Análise dos custos:

2.2.1- Curto prazo;

2.2.2- Longo prazo.

IV- Os mercados agrícolas

1- Equilíbrio no mercado:

1.1- Equilíbrio estático;

1.2- Efeitos dos deslocamentos das curvas da oferta e/ou procura sobre uma situação de equilíbrio;

1.3- Efeito sobre o equilíbrio de impostos e subsídios;

1.4- Mecanismos de equilíbrio em mercados separados;

1.5- Equilíbrio dinâmico.

2- Noção e formas de mercado:

2.1- Concorrência perfeita;

2.2- Concorrência imperfeita:

2.2.1- Teoria do monopólio.

3- Particularidades dos mercados agrícolas:

3.1- Especificidades da procura e da oferta;

3.2- A intervenção governamental nos mercados.

4- Falhas de mercado;

5- Organizações Comuns de Mercado;

6- Estratégias de controlo dos mercados agrícolas.

V- Fileiras de comercialização

1- Commodities chains;

2- Branding;

3- Fileiras agrícolas;

4- Produtos certificados.

VI- Marketing agrícola

- 1- Estudos e diagnósticos;
- 2- Objetivos estratégicos;
- 3- Marketing mix;
- 4- Planos de marketing.

VII- Inovação agrícola

- 1- Formas de inovação no setor agrícola;
- 2- Exemplos de inovação agrícola.

VIII- Empreendedorismo na atividade agrícola

- 1- Características dos empreendedores;
- 2- Métodos de geração de ideias;
- 3- Análises económico financeiras de ideias empreendedoras.

Conteudos Programáticos (Lim:1000)

- I- Introdução**
- II- O consumidor**
- III- O produtor**
- IV- Os mercados agrícolas**
- V- Fileiras de comercialização**
- VI- Marketing agrícola**
- VII- Inovação agrícola**
- VIII- Empreendedorismo na atividade agrícola**

Syllabus (Lim:1000)

- I- Introduction
- II- The consumer
- III- The producer
- IV- Agricultural markets
- V- Agri-food chains
- VI- Agricultural marketing
- VII- Agricultural innovation
- VIII- Entrepreneurship in agricultural activity

Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Os conteúdos da unidade curricular estão organizados por partes, de acordo com a tipologia dos setores em causa, e no seu todo constituem uma perspetiva bastante abrangente de praticamente todos os conceitos e técnicas. Na realidade, desde os conceitos mais básicos até às técnicas mais atualizadas nestes domínios, faz-se uma perspetiva globalizante e que se pretende bastante completa. A abordagem do docente visa dar a conhecer os conceitos e técnicas gerais da unidade curricular, seguindo-se uma apresentação das principais aplicações ao nível do curso. Com os conteúdos expressos pretende-se levar os estudantes a conhecer a fundo os diversos aspetos da unidade curricular relacionados com o setor do curso.

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular units' learning objectives

The contents of the curricular unit are organized in parts, according to the typology of the sectors in question, and as a whole they constitute a very comprehensive perspective of practically all concepts and techniques. In fact, from the most basic concepts to the most up-to-date techniques in these domains, a globalizing perspective is taken, which is intended to be quite complete. The approach of the professor aims to make known the general concepts and techniques of the course, followed by a presentation of the main applications at the level of the course. With the expressed content, it is intended to take students to know in depth the various aspects of the course unit related to the sector of the course.

Metodologias de Ensino (Avaliação incluída)

- Exposição dos conhecimentos teóricos em aulas presenciais.
- Trabalhos individuais e de grupo elaborados pelos estudantes nas aulas com o objetivo de aplicar os conhecimentos transmitidos.
- A classificação final resulta da nota obtida em uma prova escrita (com uma ponderação de 50%) que inclui matérias versadas tanto nas aulas teóricas como nas teórico-práticas e da nota de um trabalho prático (com uma ponderação de 50%) obrigatório, a entregar e apresentar impreterivelmente até ao último dia de aulas do semestre.
- As classificações obtidas serão em tempo oportuno formalmente afixadas. A aprovação implica a obtenção de pelo menos 9,5 em cada um dos atos de avaliação (provas escritas e trabalho prático). O êxito na unidade curricular implica sempre a presença efetiva em pelo menos 75 % do número de aulas teórico-práticas realmente dadas.

Metodologias de Ensino (Avaliação incluída; Lim:1000)

- Exposição dos conhecimentos teóricos em aulas presenciais.
- Trabalhos individuais e de grupo elaborados pelos estudantes nas aulas com o objetivo de aplicar os conhecimentos transmitidos.
- A classificação final resulta da nota obtida em uma prova escrita (com uma ponderação de 50%) que inclui matérias versadas tanto nas aulas teóricas como nas teórico-práticas e da nota de um trabalho prático (com uma ponderação de 50%) obrigatório, a entregar e apresentar impreterivelmente até ao último dia de aulas do semestre.
- As classificações obtidas serão em tempo oportuno formalmente afixadas. A aprovação implica a obtenção de pelo menos 9,5 em cada um dos atos de avaliação (provas escritas e trabalho prático). O êxito na unidade curricular implica sempre a presença efetiva em pelo menos 75 % do número de aulas teórico-práticas realmente dadas.

Teaching Methodologies (Including evaluation; Lim:1000)

- Presentation of theoretical knowledge in regular classes.
- Individual and group works prepared by students in class with the aim of applying the knowledge transmitted.
- The final classification results from the classification obtained in a written test (with a weighting of 50%) that includes subjects covered both in theoretical and theoretical-practical classes and from the classification of a mandatory practical work (with a weighting of 50%), to deliver and present until the last day of classes of the semester.
- The classifications obtained will be formally posted in due time. Approval implies obtaining at least 9.5 in each of the evaluation acts (written tests and practical work). Success in the course always implies an effective presence in at least 75% of the number of theoretical-practical classes actually given.

Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Pretende-se desenvolver as competências nos estudantes através da participação em aulas e atividades com recurso à pesquisa sobre os diversos aspetos da unidade curricular relacionados com os setores do curso. Os trabalhos fomentam a pesquisa autónoma bem como o trabalho em equipa, levando a um maior envolvimento dos estudantes e uma maior dedicação facilitando a aprendizagem. A apresentação oral do trabalho também contribui para o sucesso na assimilação dos conteúdos e desenvolvimento de competências.

Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes

It is intended to develop skills in students through participation in classes and activities using research on the various aspects of the curricular unit related to the sectors of the course. The works encourage autonomous research as well as team work, leading to greater student involvement and greater dedication facilitating learning. The oral presentation of the work also contributes to the success in the assimilation of the contents and development of skills.

Bibliografia / Bibliography

Albert, C. (1986). Marketing Agrario. Mundi Prensa.

Albert, P.C. e Giménez, T.H. (2004). Comercialización de Productos Agrarios. Editorial Agrícola Española, S.A.

Ballester, E. (2000). Economía de la Empresas Agraria e Alimentaria. Mundi Prensa.

Ferreira, J.H. (2012). União Europeia: Hoje e o Futuro. Edições Sílabo.

Ferreira, M; Santos, J; Serra, F; 2008. Ser empreendedor Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa. Edições Sílabo, Lisboa.

Lindon, Denis e outros (2008). Mercator Teoria e Prática do Marketing. Publicações D. Quixote, 11ª edição, Lisboa.

Bibliografia / Bibliography (Lim:1000)

Albert, C. (1986). Marketing Agrario. Mundi Prensa.

Albert, P.C. e Giménez, T.H. (2004). Comercialización de Productos Agrarios. Editorial Agrícola Española, S.A.

Ballester, E. (2000). Economía de la Empresas Agraria e Alimentaria. Mundi Prensa.

Ferreira, J.H. (2012). União Europeia: Hoje e o Futuro. Edições Sílabo.

Ferreira, M; Santos, J; Serra, F; 2008. Ser empreendedor Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa. Edições Sílabo, Lisboa.

Lindon, Denis e outros (2008). Mercator Teoria e Prática do Marketing. Publicações D. Quixote, 11ª edição, Lisboa.

Observações

«Observações»

Observations

«Observations»

Observações complementares