

Unidade Curricular	Marketing e Empreendedorismo	Área Científica	Ciências Empresariais
Mestrado em	Tecnologias da Ciência Animal	Escola	Escola Superior Agrária de Bragança
Ano Letivo	2018/2019	Ano Curricular	1
Tipo	Semestral	Semestre	2
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T 30 TP - PL 18 TC 6 S 6 E - OT 20 O -
Nível	2-1	Créditos ECTS	6.0
Código	5026-453-1204-00-18		

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) Alda Maria Vieira Matos Gonçalves, Paula Sofia Alves do Cabo

Resultados da aprendizagem e competências

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

1. Analisar e interpretar as tendências do mercado.
2. Explicar as principais mudanças que ocorrem no ambiente de marketing.
3. Analisar os diversos comportamentos de compra do consumidor, no mercado de bens de grande consumo e no mercado industrial.
4. Descrever as etapas de um processo de pesquisa em marketing.
5. Determinar como as empresas podem identificar os segmentos que permitirão criar o seu mercado.
6. Conhecer os determinantes da criação de empresas de sucesso
7. Analisar a viabilidade económico-financeira de um projeto de investimento

Pré-requisitos

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

Conteúdo da unidade curricular

1. Estratégia de Marketing e estudos de mercado 2. Empreendedorismo e Criação de Empresas: factores condicionantes do empreendedorismo; ; Processo empreendedor; Modelo e plano de negócios; Criação da empresa - forma jurídica, constituição, apoios e obrigações fiscais. Análise da viabilidade económica e financeira de projectos de investimento.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Introdução e fundamentos do marketing e empreendedorismo
 - Definição, origem e gestão do marketing
 - O meio envolvente de Marketing
 - Introdução: Conceito e importância do empreendedorismo; Perfil do empreendedor.
 - Empreendedorismo em Portugal e empreendedorismo jovem; situação actual e factores condicionantes.
 - O processo empreendedor: fases e factores determinantes
 - Implementação e controlo
2. Estudos de mercado e comportamento do consumidor
 - Mercado. Especificidade dos mercados agrícolas
 - Sistemas de informação e pesquisa de marketing (métodos de previsão)
 - Mercado Consumidor e comportamento de compra do consumidor
 - Análise de oportunidades
3. Estratégia de marketing
 - Segmentação de mercado, determinação do grupo-alvo e posicionamento.
 - Marketing-mix
 - A estratégia de marketing e o desenho do modelo de negócio
4. Plano de marketing
5. Geração e avaliação de ideias de negócios
6. O desenho do Modelo de Negócio e elaboração do Plano de Negócios
7. Análise da viabilidade económica e financeira projetos de investimento
8. Constituição da empresa: formas jurídicas; métodos; formas de financiamento e obrigações fiscais.

Bibliografia recomendada

1. Kotler, P. ; Armstrong, (2004), "Principles of Marketing", 10th Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
2. Kotler, Philip (2003), "Marketing Management", 11ª edição, editora Prentice Hall.
3. Linton, D. ; Lendrevie, J. ; Lévy, J. ; Dionísio, P. ; Rodrigues, V. (2004), "Mercator, Teoria e prática do marketing", 10ª edição, Publicações Dom Quixote
4. IAPMEI (2016). Guia Explicativo para a Criação do Plano de Negócios e do seu Modelo Financeiro. Start Up Portugal, IAPMEI – Agência para a Competitividade e Inovação, Abril 2016.
5. IAPMEI (2016). Manual do Empreendedor. Start Up Portugal, IAPMEI – Agência para a Competitividade e Inovação, Abril 2016.

Métodos de ensino e de aprendizagem

Aulas teórico-práticas onde se apresentam e discutem situações concretas e estudos de caso, que permitam não apenas a troca de experiências, mas também a prática da tomada de decisões individuais e em grupo que ajudem a consolidar os resultados de aprendizagem. Orientação tutórica, de modo a capacitar os alunos para a criação de uma empresa "real" e a execução do plano de negócios subjacente.

Alternativas de avaliação

- Alternativa 1 - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Trabalhos Práticos - 80%
 - Exame Final Escrito - 20%

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Alda Maria Vieira Matos Gonçalves, Paula Sofia Alves do Cabo	António José Gonçalves Fernandes	Maria Isabel Barreiro Ribeiro
15-11-2018	15-11-2018	19-11-2018