

Planificação Modular/Anual

CURSO: PROFISSIONAL DE TÉCNICO DE PRODUÇÃO AGROPECUÁRIA

ANO LETIVO: 2023/2024

Disciplina: Formação em Contexto de Trabalho

Ano: 11.º **Turma:** 2.º PTPA

Modulo: Comercialização e marketing de produtos agroalimentares

UFCD: 7598

Conteúdos	Objetivos	Atividades/Estratégias	Recursos	Tempos (50')	Instrumentos de avaliação
<ul style="list-style-type: none"> • Comercialização de produtos agroalimentares <ul style="list-style-type: none"> ○ Conceitos de comercialização, mercado, fileira, concorrência ○ Tipos de mercados e de produtos agroalimentares ○ Circuitos de comercialização, tipos de agentes e de métodos de compra e venda 	<ul style="list-style-type: none"> - Caracterizar e identificar os diferentes mercados de produtos agroalimentares e respetivos circuitos comerciais. - Identificar as formas associativas para a comercialização e marketing de produtos agroalimentares. - Identificar estratégias de comercialização em função do produto e do mercado. - Preparar a informação para a elaboração de um plano de marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> Método expositivo Método interativo Pesquisa, organização e apresentação de informação, nomeadamente sites oficiais e informativos Análise de documentação oficial e temática Análise/estudo de casos de exemplos de comercialização e marketing do setor agropecuário 	<ul style="list-style-type: none"> Papel e canetas Fotocópias Computadores com acesso à Internet Meios audiovisuais interativos, com acesso à Internet. 	30	<ul style="list-style-type: none"> Teste sumativo Fichas formativas Grelhas de observação de comportamentos e atitudes

<ul style="list-style-type: none">○ Características da produção agroalimentar○ Formas associativas para a comercialização○ Custos de comercialização e margem de comercialização○ Sistema de informação de mercados: indicadores de preços e fontes de informação e disseminação; SIMA○ Etapas da comercialização○ Segmentação de mercados○ Ciclo de vida de um mercado○ Técnicas de venda por canal de distribuição		Fichas de trabalho/formativas	Visita ao Enoturismo da Cartuxa – Fundação Eugénio de Almeida		
---	--	-------------------------------	---	--	--

<ul style="list-style-type: none">○ Escolha de parcerias comerciais○ Armazenamento de produtos, qualidade e controlo de stock○ Acondicionamento e rotulagem○ Condições de expedição e fornecimento a clientes● Marketing de produtos agroalimentares<ul style="list-style-type: none">○ Conceitos de marketing○ Consumidor○ Opções estratégicas - segmentação e diferenciação○ Políticas de marketing - produto, preço, comunicação, distribuição					
--	--	--	--	--	--

<ul style="list-style-type: none">○ Plano de marketing - necessidades<ul style="list-style-type: none">▪ Avaliação da situação do mercado e do meio▪ Avaliação da competitividade da empresa e seus princípios▪ Planificação de objetivos, meios e adaptação das ações de desenvolvimento e corretivas○ Operacionalização do plano de marketing<ul style="list-style-type: none">▪ Etapas de operacionalização do plano					
--	--	--	--	--	--

<ul style="list-style-type: none">▪ Avaliação da situação atual, interna e externa - situação do negócio, atuação da empresa, análise da concorrência▪ Análise SWOT▪ Missão e objetivos da empresa▪ Estratégias de marketing▪ Planos de ação• Comunicação, distribuição e promoção de vendas• Atuação coletiva em marketing• Produtos de qualidade - denominação de origem e normas comunitárias					
---	--	--	--	--	--

