



Plano de Estudos

Escola: Escola de Ciências Sociais

Grau: Mestrado

Curso: Gestão da Qualidade e Marketing Agro-Alimentar (cód. 573)

1.º Ano - 1.º Semestre

Código	Nome	Área Científica	ECTS	Duração	Horas
GES11684M	Marketing Agroalimentar	Gestão	6	Semestral	160
GES11640M	Qualidade e Conservação do Produto	Ciências do Ambiente	6	Semestral	160
GES7482M	Comportamento do Consumidor	Gestão	6	Semestral	160
Optativa Livre					

1.º Ano - 2.º Semestre

Código	Nome	Área Científica	ECTS	Duração	Horas
GES11641M	Logística e Distribuição	Gestão	6	Semestral	160
GES11642M	Gestão da Qualidade	Gestão	6	Semestral	160
GES11643M	Métodos de Investigação em Marketing	Gestão	6	Semestral	160
GES11683M	Projeto de Dissertação	Ciências do Ambiente	6	Semestral	160
Optativa Livre					

2.º Ano - 3.º Semestre

Código	Nome	Área Científica	ECTS	Duração	Horas
Dissertação					

2.º Ano - 4.º Semestre

Código	Nome	Área Científica	ECTS	Duração	Horas
Dissertação					

Condições para obtenção do Grau:

Para aprovação na componente curricular é necessário a aprovação (através de avaliação ou creditação) das seguintes unidades curriculares: {\}

{\}

1º Semestre: {\}

3 UC obrigatórias num total de 18 ECTS{\}

2 UC Optativas Livres num total de 12 ECTS{\}

{\}

2º Semestre: {\}

4 UC obrigatórias num total de 24 ECTS{\}

1 UC Optativa Livre num total de 6 ECTS{\}

{\}

Para obtenção do grau, é necessário também a aprovação na Dissertação, com um total de 30ECTS, no 3º Semestre.

Conteúdos Programáticos



Voltar

Marketing Agroalimentar (GES11684M)

- 1- Evolução do Conceito de Marketing e de Marketing Agro-alimentar
- 2 – Compreender os Consumidores e os Mercados Agro-Alimentares
- 3 – Gestão de Marketing Agro-Alimentar: Criação, Comunicação e Distribuição de Valor
- 4 – Compreender as Dinâmicas e os Desafios do Marketing Agroalimentar

Voltar

Qualidade e Conservação do Produto (GES11640M)

1. Introdução e objectivos
2. Características dos produtos hortofrutícolas
3. Fisiologia pós-colheita de produtos hortofrutícolas
4. Factores Pré - colheita que afectam as reacções pós-colheita
5. Qualidade e seguranças dos produtos hortofrutícolas
6. Tecnologias de conservação
7. Doenças na pós-colheita
8. Produtos minimamente processados ou produtos de 4ª gama,
9. Produtos congelados e desidratados
- 10 Aplicação de altas pressões na conservação de produtos hortícolas
11. Qualidade e conservação de carnes

Voltar

Comportamento do Consumidor (GES7482M)

- 1 – Estudo do comportamento do consumidor
 - 1.1 – Evolução e tendências futuras
 - 1.2 – Métodos de estudo do comportamento do consumidor
 - 1.3 – Ética e comportamento do consumidor
- 2 – O processo de tomada de decisão de compra e consumo
 - 2.1 – Reconhecimento do problema e procura de informação
 - 2.2 – Avaliação de alternativas
 - 2.3 – Compra e consumo
 - 2.4 – Atuação pós-compra
- 3 – Influências ao processo de decisão
 - 3.1 – As diferenças individuais
 - 3.2 – Influência dos fatores externos
- 4 – Influenciando o comportamento do consumidor
 - 4.1 – Mudanças de atitude
 - 4.2 – Processamento da informação

Voltar

Logística e Distribuição (GES11641M)

- 1 -Introdução à Logística e Distribuição
- 2 – Evolução e Revolução na Distribuição
- 3 – Avaliação de Circuitos de Distribuição e de Cadeias de Abastecimento
- 4 – Etapas e Conflitos na Distribuição Moderna
- 5 – Actividade Logística



[Voltar](#)

Gestão da Qualidade (GES11642M)

- 1) Conceito, etapas e "Gurus" de qualidade;
- 2) Impacto de um Sistema de Gestão da Qualidade na vida de uma Organização;
- 3) Certificação e Normalização;
- 4) A Gestão da Qualidade Total (TQM);
- 5) Modelos de Qualidade;
- 6) Ferramentas da Qualidade

[Voltar](#)

Métodos de Investigação em Marketing (GES11643M)

I. – Introdução

II - Metodologia para o Processo de Obtenção de Dados

Métodos de recolha dos dados primários

Métodos de medição e de escala

Construção do instrumento de recolha dos dados

Método de amostragem e cálculo da amostra

Trabalho de campo

III - Metodologia para o Tratamento e Análise dos Dados

Fases do Processo de Preparação dos Dados

Métodos Específicos de Análise Utilizados em Marketing:

- Estatística Descritiva e Testes de Hipóteses
- Análises de Variância e de Regressão
- Análise Discriminante
- Análise de Clusters
- Análise Factorial
- Multidimensional Scaling (MDS)
- Análise de Correspondência
- Análise Conjunta (Conjoint Analysis)
- Análise de Preferências

[Voltar](#)

Projeto de Dissertação (GES11683M)

1 - Introdução

2 - Preparação da proposta

2.1 - A revisão bibliográfica

2.2 - A metodologia proposta

2.3 - O calendário de realização