



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 para estudar o 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 – Actuação pós-compra 3 – Influências ao processo de decisão 3.1 – As diferenças individuais 3.1.1 – Necessidades, motivações e desejos 3.1.2 – Recursos e conhecimento 3.1.3 – Personalidade, valores e estilos de vida 3.1.4 – Crenças, emoções, atitudes e intenções 3.1.5 – Factores sócio-demográficos 3.2 – Influência dos factores externos 3.2.1 – A cultura 3.2.2 – Os grupos sociais e as influências pessoais 3.2.3 – Factores situacionais 4 – Influenciando o comportamento do consumidor 4.1 – Mudanças de atitude 4.2 – Processamento da informação 4.2.1 – Percepção 4.2.2 – Aprendizagem e memória



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