

PLANEAMENTO ANUAL

ANO LECTIVO 2020/2021

Curso: **Curso de Técnico Vitivinícola**Ano: **11.º**Turma: **G**Disciplina: **Gestão & Marketing**Docente: **António José Borralho Ramalho****1. Calendarização Anual**

Período	Aulas		Interrupções		Dias úteis previstos				
	Início	Fim	Início	Fim	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex
1.º	06-out-20	19-dez-20			9	9	11	11	11
2.º	04-jan-21	25-mar-21	15-fev-21	17-fev-21	11	10	11	12	11
3.º	06-abr-21	30-jun-21			12	13	13	9	12

2. Horário Semanal

Blocos		SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA
8:30	9:15					
9:15	10:00					
10:20	11:05					
11:05	11:50					
12:00	12:45					
12:55	13:40					
13:35	14:20					
14:20	15:05					
15:40	16:25					
16:25	17:10					

3. Cálculo do número total de blocos previstos**1.º Período**

Período	Aulas		Interrupções	
	Início	Fim	Início	Fim
1.º	06-out-20	19-dez-20		

	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA
Blocos diários		2			
Dias disponíveis	9	9	11	11	11
Total	0	18	0	0	0

Número total de blocos disponíveis previstas para o 1.º Período 18,0

2.º Período

Período	Aulas		Interrupções	
	Início	Fim	Início	Fim
2.º	04-jan-21	25-mar-21	15-fev-21	17-fev-21

	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA
Blocos diários		2			
Dias disponíveis	11	10	11	12	11
Total	0	20	0	0	0

Número total de blocos previstos para o 2.º Período 20,0

3.º Período

Período	Aulas		Interrupções	
	Início	Fim	Início	Fim
3.º	06-abr-21	30-jun-21		

	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA
Blocos diários		2			
Dias disponíveis	12	13	13	9	12
Total	0	26	0	0	0

Número total de blocos previstos para o 3.º Período 26,0

Total anual de blocos previstos 64,0

4. Previsão do número de blocos disponíveis para progressão na matéria

	1.º Per.	2.º Per.	3.º Per.	Total
1. Blocos disponíveis	18	20	26	64
2. Blocos a descontar				
2.1 Apresentação	1			1
2.2 Avaliação diagnóstica				0
2.3 Testes			2	2
2.4 Trabalhos Práticos	2	2		4
2.5 Discussão de Trabalhos				0
2.6 Visitas de Estudo				0
2.7 Auto-avaliação	1	1	1	3
Total de blocos a descontar	4	3	3	10
3. Blocos disponív. p.º progressão na matéria (1)-(2)	14	17	23	54

Programa da Disciplina

1. Comercialização de produtos agroalimentares
 - 1.1. Conceitos de comercialização, mercado, fileira, concorrência
 - 1.2. Tipos de mercados e de produtos agroalimentares
 - 1.3. Circuitos de comercialização, tipos de agentes e de métodos de compra e venda
 - 1.4. Características da produção agroalimentar
 - 1.5. Formas associativas para a comercialização
 - 1.6. Custos de comercialização e margem de comercialização
 - 1.7. Sistema de informação de mercados: indicadores de preços e fontes de informação e disseminação; SIMA
 - 1.8. Etapas da comercialização
 - 1.9. Segmentação de mercados
 - 1.10. Ciclo de vida de um mercado
 - 1.11. Técnicas de venda por canal de distribuição
 - 1.12. Escolha de parcerias comerciais
 - 1.13. Armazenamento de produtos, qualidade e controlo de stock
 - 1.14. Acondicionamento e rotulagem
 - 1.15. Condições de expedição e fornecimento a clientes
2. Marketing de produtos agroalimentares
 - 2.1. Conceitos de marketing
 - 2.2. Consumidor
 - 2.3. Opções estratégicas - segmentação e diferenciação
 - 2.4. Políticas de marketing - produto, preço, comunicação, distribuição
 - 2.5. Plano de marketing - necessidades
 - 2.5.1. Avaliação da situação do mercado e do meio
 - 2.5.2. Avaliação da competitividade da empresa e seus princípios
 - 2.5.3. Planificação de objetivos, meios e adaptação das ações de desenvolvimento e corretivas
 - 2.6. Operacionalização do plano de marketing
 - 2.6.1. Etapas de operacionalização do plano
 - 2.6.2. Avaliação da situação atual, interna e externa - situação do negócio, atuação da empresa, análise da concorrência
 - 2.6.3. Análise SWOT
 - 2.6.4. Missão e objetivos da empresa
 - 2.6.5. Estratégias de marketing
 - 2.6.6. Planos de ação
3. Comunicação, distribuição e promoção de vendas
4. Atuação coletiva em marketing
5. Produtos de qualidade - denominação de origem e normas comunitárias

Repartição do tempo pelos conteúdos

1. Comercialização de produtos agroalimentares	12 blocos
2. Marketing de produtos agroalimentares	12 blocos
3. Comunicação, distribuição e promoção de vendas	4 bl
4. Atuação coletiva em marketing	3 bl
5. Produtos de qualidade - denominação de origem e normas comunitárias	3 bl.

ESCOLA SECUNDÁRIA/3 DA RAINHA SANTA ISABEL – ESTREMOZ

PLANEAMENTO ANUAL

DISCIPLINA: Gestão & Marketing– 11.º Ano – Turma G

CURSO: Técnico Vitivinícola

ANO LECTIVO: 2020-2021

Temas	Conteúdos letivos	Objetivos de Aprendizagem	Competências	Gestão Temporal
MÓDULO 01 Comercialização e Marketing Agroalimentar	1. Comercialização de produtos agroalimentares 1.1. Conceitos de comercialização, mercado, fileira, concorrência 1.2. Tipos de mercados e de produtos agroalimentares 1.3. Circuitos de comercialização, tipos de agentes e de métodos de compra e venda 1.4. Características da produção agroalimentar 1.5. Formas associativas para a comercialização 1.6. Custos de comercialização e margem de comercialização 1.7. Sistema de informação de mercados: indicadores de preços e fontes de informação e disseminação; SIMA	<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. 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar hábitos e métodos de estudo no âmbito da disciplina • Capacidade de compreensão oral e escrita 	12 blocos (13 Setembro a 23 de Setembro)
				8 blocos (27 Setembro a 04 de Outubro)

Temas	Conteúdos letivos	Objetivos de Aprendizagem	Competências	Gestão Temporal
	1.8. Etapas da comercialização 1.9. Segmentação de mercados 1.10. Ciclo de vida de um mercado 1.11. Técnicas de venda por canal de distribuição 1.12. Escolha de parcerias comerciais 1.13. Armazenamento de produtos, qualidade e controlo de stock 1.14. Acondicionamento e rotulagem 1.15. Condições de expedição e fornecimento a clientes 2. Marketing de produtos agroalimentares 2.1. Conceitos de marketing 2.2. Consumidor 2.3. Opções estratégicas - segmentação e diferenciação 2.4. Políticas de marketing - produto, preço, comunicação, distribuição 2.5. Plano de marketing - necessidades 2.5.1. Avaliação da situação do mercado e do meio	Preparar a informação para a elaboração de um plano de marketing.		

Temas	Conteúdos letivos	Objetivos de Aprendizagem	Competências	Gestão Temporal
	2.5.2. Avaliação da competitividade da empresa e seus princípios 2.5.3. Planificação de objetivos, meios e adaptação das ações de desenvolvimento e corretivas 2.6. Operacionalização do plano de marketing 2.6.1. Etapas de operacionalização do plano 2.6.2. Avaliação da situação atual, interna e externa - situação do negócio, atuação da empresa, análise da concorrência 2.6.3. Análise SWOT 2.6.4. Missão e objetivos da empresa 2.6.5. Estratégias de marketing 2.6.6. Planos de ação 3. Comunicação, distribuição e promoção de vendas 4. Atuação coletiva em marketing 5. Produtos de qualidade - denominação de origem e normas comunitárias			

PLANEAMENTO ANUAL 2020/2021

Gestão & Marketing 11.ºG

Dias	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maiο	Junho	Dias
1	Ter	Qui	Dom Santos	Ter Independência	Sex Ano Novo	Seg	Seg	Qui	Sáb Trabalhador	Ter 10	1
2	Qua	Sex	Seg	Qua	Sáb	Ter Avaliação ST2	Ter Avaliação ST 3	Sex 6.ª F.ª Santa	Dom	Qua	2
3	Qui	Sáb	Ter 10	Qui	Dom	Qua	Qua	Sáb	Seg	Qui Corpo de Deus	3
4	Sex	Dom	Qua	Sex	Seg	Qui	Qui	Dom Páscoa	Ter 2	Sex	4
5	Sáb	Seg República	Qui	Sáb	Ter 6	Sex	Sex	Seg	Qua	Sáb	5
6	Dom	Ter 2	Sex	Dom	Qua	Sáb	Sáb	Ter 2	Qui	Dom	6
7	Seg	Qua	Sáb	Seg	Qui	Dom	Dom	Qua	Sex	Seg	7
8	Ter	Qui	Dom	Ter Conceição	Sex	Seg	Seg	Qui	Sáb	Ter 12	8
9	Qua	Sex	Seg	Qua	Sáb	Ter 2	Ter 2	Sex	Dom	Qua	9
10	Qui	Sáb	Ter 12	Qui	Dom	Qua	Qua	Sáb	Seg	Qui Portugal	10
11	Sex	Dom	Qua	Sex	Seg	Qui	Qui	Dom	Ter 4	Sex	11
12	Sáb	Seg	Qui	Sáb	Ter 8	Sex	Sex	Seg	Qua	Sáb	12
13	Dom	Ter 4	Sex	Dom	Qua	Sáb	Sáb	Ter 4	Qui Ascensão	Dom	13
14	Seg	Qua	Sáb	Seg	Qui	Dom	Dom	Qua	Sex	Seg	14
15	Ter	Qui	Dom	Ter 4	Sex	Seg	Seg	Qui	Sáb	Ter 14	15
16	Qua	Sex	Seg	Qua	Sáb	Ter Carnaval	Ter 4	Sex	Dom	Qua	16
17	Qui	Sáb	Ter Avaliação ST1	Qui	Dom	Qua	Qua	Sáb	Seg	Qui	17
18	Sex	Dom	Qua	Sex	Seg	Qui	Qui	Dom	Ter 6	Sex	18
19	Sáb	Seg	Qui	Sáb	Ter 10	Sex	Sex	Seg	Qua	Sáb	19
20	Dom	Ter 6	Sex	Dom	Qua	Sáb	Sáb	Ter Avaliação ST5	Qui	Dom	20
21	Seg	Qua	Sáb	Seg	Qui	Dom	Dom	Qua	Sex	Seg	21
22	Ter	Qui	Dom	Ter	Sex	Seg	Seg	Qui	Sáb	Ter 16	22
23	Qua	Sex	Seg	Qua	Sáb	Ter 4	Ter Avaliação ST 4	Sex	Dom	Qua	23
24	Qui	Sáb	Ter 2	Qui	Dom	Qua	Qua	Sáb	Seg	Qui	24
25	Sex	Dom	Qua	Sex	Ter Natal	Qui	Qui	Dom Liberdade	Ter 8	Sex	25
26	Sáb	Seg	Qui	Sáb	Ter 12	Sex	Sex	Seg	Qua	Sáb	26
27	Dom	Ter 8	Sex	Dom	Qua	Sáb	Sáb	Ter Avaliação Final	Qui	Dom	27
28	Seg	Qua	Sáb	Seg	Qui	Dom	Dom	Qua	Sex	Seg	28
29	Ter	Qui	Dom	Ter	Sex			Seg	Sáb	Ter 18	29
30	Qua	Sex	Seg	Qua	Sáb			Ter	Dom	Qua	30
31		Sáb		Qui	Dom			Qua	Seg		31

Interrupção das actividades letivas

O Docente: ANTÓNIO J. B. RAMALHO