

MARKETING AGROALIMENTAR

Fundamentos e Estudos de Caso

Rui Rosa Dias e Joana Carvalho Afonso

VidaEconómica
GRUPO EDITORIAL



Título **MARKETING AGROALIMENTAR**
Fundamentos e Estudos de Caso

Tema **Marketing/Gestão**

Coordenadores **Rui Rosa Dias e Joana
Carvalho Afonso**

Editor **Vida Económica**

Formato **155 x 230 cm**

Páginas **256**

PVP c/IVA **€ 17,90**

PVP s/IVA **€ 16,88**

Edição **março de 2015**

Email **encomendas@vidaeconomica.pt**

ISBN **978-989-768-089-2**



A obra analisa duas vertentes complementares que caracterizam a cadeia de valor agroalimentar: fundamentos e estudos de caso.

As trajetórias multissetoriais dos 11 coautores desta obra, conferem ao livro, uma assinatura capaz de clarificar, desmistificar e definir as tendências agroalimentares em Portugal.

O aumento das preocupações demonstradas com a agricultura, biodiversidade, bem-estar e alimentação, aliadas às exigências provenientes da alteração dos padrões de consumo que os portugueses vêm dando sinais, e à **reduzida produção literária relacionada com o setor agroalimentar e silvo pastoril**, constituíram o ponto de partida que motivou a edição deste livro.

O objetivo deste livro é analisar e refletir sobre diferentes realidades de consumo dentro do setor, orientando os seus profissionais para um melhor entendimento das realidades e consciencializar para a necessidade de repensar a felicidade e as emoções que envolvem a agricultura e a alimentação.

"Este livro é na realidade o espelho da minha aprendizagem com milhares de alunos, amigos e pessoas do mundo, com quem partilhei a minha paixão: a Natureza e a produção agrícola, originadora de alimentos naturais para serem degustados em ambientes, se possível, acompanhados de magias sensoriais, tais como a cultura, a música, as tradições e a amizade, aliados ao conhecimento de 10 coautores." *Rui Rosa Dias in nota prévia*

Estrutura da obra

- FUNDAMENTOS - Alimentação e Saúde: reflexões
- A responsabilidade social das empresas e o estabelecimento de relações de confiança com o consumidor: aplicação ao setor alimentar
- Tecnologias no setor agroalimentar
- ESTUDOS DE CASO - A influência da Internet na tomada de decisão de compra de produtos alimentares e vinho
- Movimento Slow Food
- O consumidor e suas motivações para o consumo de conservas de pescado
- Análise do Consumo de Laticínios na área metropolitana do Porto.
- Estudo exploratório sobre o consumo de Bebidas Refrescantes não alcoólicas no Grande Porto
- Tendências económico-sociais no Consumo de Café em Portugal para 2021

MARKETING AGROALIMENTAR

Fundamentos e Estudos de Caso

Rui Rosa Dias e Joana Carvalho Afonso

VidaEconómica
GRUPO EDITORIAL



Público alvo:

Este livro tem uma forte relação com o ambiente profissional e empresarial, sendo uma mais-valia para os profissionais de Marketing, atuais e futuros, que desenvolvam ou pretendam desenvolver a sua atividade no setor agroalimentar e silvopastoril, daí ser primordialmente dedicado a eles.

Contudo, pela vertente prática explanada nos estudos de caso, a obra também é um instrumento de trabalho para profissionais de outras áreas de especialidade dentro do setor”.

Autores:

Este livro é da responsabilidade de 11 entusiastas e profissionais, da agricultura, do marketing, do design e da alegria de viver, sentir e defender a alimentação, como pilar estrutural da nossa existência:

Rui Rosa Dias; Joana Carvalho Afonso; Sandra Gomes; José Luís Reis; Adriana Cardoso; Catarina Domingos; Ana Pereira; Raquel Machado; Ricardo Barbosa; Juliana Mota; Tiago Oliveira

COORDENADORES

RUI ROSA DIAS

Considera-se um entusiasta e praticante de Agricultura, amante da natureza e dos momentos de degustação alimentar. Doutorado em Economia Agrária, Mestre em marketing agroalimentar e especialista em comportamento de consumo. Autor de numerosas publicações, autor do livro “Produção e Mercado de leite biológico em Portugal: Estratégias e Tendências” e coautor do livro “La cadena de valor agroalimentaria: análisis internacional de casos reales”. Professor convidado do IPAM, refere mundial em artigos científicos por uma Universidade dos EUA, cofundador de uma empresa agrícola familiar, e presidente do convivium Slow Food Porto.

Email: rrd@ipam.pt

JOANA CARVALHO AFONSO

De raízes transmontanas e sede de aprendizagem contínua, é apaixonada pela criação de conteúdos e marketing digital. Licenciada em Ciências da Comunicação pela Universidade do Porto e Mestre em Gestão de Marketing pelo IPAM. Trabalha na área tecnológica associada à saúde e ao desporto e é cofundadora do convivium Slow Food Porto. No seu artigo, partilha uma reflexão sobre a alimentação e a saúde. Aceitou também o desafio de coordenar este livro repleto de conhecimento sobre marketing agroalimentar.

Email: joana.carvalho.afonso@gmail.com