

OS TRILHOS DO MARKETING AGROALIMENTAR

VidaEconómica
GRUPO EDITORIAL

Rui Rosa Dias e Jorge Alas



Título	OS TRILHOS DO MARKETING AGROALIMENTAR
Tema	Marketing/Gestão
Coordenadores	Rui Rosa Dias e Jorge Alas
Editor	Vida Económica
Formato	23 x 15,5 cm
Páginas	192
PVP c/IVA	€ 16,60
PVP s/IVA	€ 15,66
Edição	maio de 2016
Email	encomendas@vidaeconomica.pt
ISBN	9789897682247



Um tema emergente e urgente para a sociedade.

Um livro pioneiro na forma de abordar e traçar o percurso do setor agroalimentar em Portugal.

Este livro cumpre o desígnio do seu título, procurando definir e clarificar os "Trilhos do Marketing Agroalimentar: **traçando e analisando o percurso do setor no tempo**: da retrospectiva do passado à prospetiva do futuro, sem esquecer a conjuntura do presente.

São aqui expostas as estratégias e ações do setor agroalimentar, apontando as melhores práticas e denunciando as piores.

Por outro lado, chama-se a atenção para o paradigma da **agricultura biológica em ambientes urbanos**, para o **marketing e storytelling** do setor, para o movimento **Slow Food** e para a **necessidade da conciliação agroalimentar**.

Com a pertinência e a diversidade dos textos deste livro, os autores esperam:

- Despertar consciências dos consumidores em geral e dos decisores em particular;
- Alertar para a importância do setor agroalimentar na sociedade, na economia, no ambiente, na saúde e no bem-estar das pessoas;
- Divulgar informação precisa, útil e pertinente sobre as práticas agroalimentares, sem filtros;
- Prestar um serviço disruptivo e relevante ao consumidor e aos meios empresarial, industrial e académico.

Estrutura da Obra

PASSADO: Vinte anos de reflexões e opiniões em retrospectiva

PRESENTE

- A atualidade do setor agroalimentar
- Alimentar a saúde: agir
- Movimento *Slow Food*
- Agricultura biológica: um novo paradigma
- Comércio internacional da fileira agroalimentar em Portugal

FUTURO

- O futuro: felicidade e conciliação agroalimentar
- A importância do marketing, do *storytelling* e do envolvimento
- *Urban Fringe*
- Tendências económico-sociais no consumo de café em Portugal para 2021
- A razão de ser e o potencial do vinho biológico - o caso da casa de Mouraz

REFLEXÃO FINAL: Utopia Agroalimentar

OS TRILHOS DO MARKETING AGROALIMENTAR

VidaEconómica
GRUPO EDITORIAL

Rui Rosa Dias e Jorge Alas



COORDENADORES

Rui Rosa Dias é um entusiasta e praticante de agricultura. Amante da natureza e dos momentos de degustação alimentar.

Doutorado em Economia Agrária e especialista em Marketing Agroalimentar e Comportamento de Consumo. Autor de numerosas publicações científicas e dos livros “Produção e Mercado de leite biológico em Portugal: Estratégias e Tendências”, “Marketing agroalimentar: fundamentos e casos de estudo” e, ainda, coautor do livro “La cadena de valor agroalimentaria: análisis internacional de casos reales”.

Foi responsável de marketing de uma empresa B2B agroalimentar onde implementou pela primeira vez em Portugal, um projeto de leite biológico. Professor convidado do IPAM/Universidade Europeia. É referee mundial em artigos científicos a convite de uma Universidade dos EUA e Presidente da Direção da Associação Slow Food do Porto.

Jorge Alas é um jovem atento à inovação, admirador de histórias, entusiasta pela escrita, adepto das práticas criativas e da eficácia comunicacional. Tem no marketing e na comunicação os seus maiores interesses, motivações e competências.

Finalista do Mestrado em Gestão de Marketing no IPAM e licenciado em Ciências da Comunicação, escreve crónicas no P3, tem colaborado – a nível académico e como freelancer – com algumas empresas em processos de gestão de comunicação, branding e estratégia. Trabalhou como jornalista estagiário no jornal Público. Organizou e participou em alguns seminários e conferências sobre comunicação, coordenou a edição do jornal universitário e deu voz a uma rubrica radiofónica.

COAUTORES

Joana Carvalho Afonso; Catarina Domingos; Tiago Oliveira; António Lopes Ribeiro