

INSTITUTO POLITÉCNICO DE VISEU

ESCOLA SUPERIOR AGRÁRIA DE VISEU



SEBENTA TEÓRICO-PRÁTICA

Unidade Curricular de Marketing e Comercialização

CTeSP Viticultura e Enologia

Lúcia Pato

2018/2019

Ficha formativa nº 1 – Entidades associadas à fileira vitivinícola

Objetivo: Identificar instituições/entidades com influência no setor vitivinícola bem com as regiões demarcadas no território nacional e designações oficiais utilizadas.

Metodologia: Com base numa pesquisa na Internet e em grupo (três pessoas) identifique:

- 1) Entidades/ instituições com influência na produção e/ ou comercialização/ marketing dos vinhos.
- 2) Âmbito de abrangência (ou papel) dessas entidades e/ ou instituições.
- 3) Regiões demarcadas de vinho, bem como uma definição acerca dessas regiões.
- 4) Designações oficiais utilizadas nos vinhos.

Ficha formativa nº 2 – Comissão Vitivinícola Regional do Dão

Objetivo: Observar a missão, história e papel da Comissão Vitivinícola do Dão.

Metodologia: Numa pesquisa feita na internet (<http://www.cvrdao.pt/>) apresente um pequeno relatório sobre a Comissão Vitivinícola do Dão. O trabalho poderá ser desenvolvido em grupos de três pessoas.

Deve destacar:

- ❖ História,
- ❖ Missão
- ❖ Papel
- ❖ Agentes económicos que integram a Comissão
- ❖ Outras questões que lhe pareçam relevantes

Ficha formativa nº 3 – Instituto dos Vinhos do Douro e Porto

Objetivo: Observar a missão, história e papel do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto na Comercialização dos vinhos

Metodologia: Numa pesquisa feita na internet (www.ivdp.pt) apresente um pequeno relatório sobre o Instituto dos vinhos do Douro e Porto. O trabalho poderá ser desenvolvido em grupos de três pessoas.

Deve destacar:

- ❖ História,
- ❖ Missão
- ❖ Papel
- ❖ Agentes económicos que integram o Instituto
- ❖ Outras questões que lhe pareçam relevantes

Ficha formativa nº 4 – Enomarketing

Objetivo: Observar a importância do marketing dos vinhos e adquirir conhecimentos sobre as estratégias/ técnicas a utilizar

Metodologia: Preparação de uma pequena apresentação sobre o artigo Enomarketing. Sempre que possível o grupo (três pessoas) deverá fazer a atualização dos dados (por exemplo referentes aos principais mercados exportadores)

Ficha formativa nº 5 – Por onde pode o vinho crescer

Objetivo: Observar a importância do marketing dos vinhos e adquirir conhecimentos sobre as estratégias/ técnicas a utilizar

Metodologia: Preparação de uma pequena apresentação sobre o artigo “ Por onde pode o vinho crescer”. Sempre que possível o grupo (três pessoas) deverá fazer a atualização dos dados (por exemplo referentes aos principais mercados exportadores)