DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
INFORMAÇÃO DE RECUPERAÇÃO MODULAR – ECONOMIA E GESTÃO AGRÍCOLA

Módulos 4, 6, 7 e 8 – Curso Profissional

Técnico de Produção Agrária
2016/2017

Tipo de Prova: Escrita **Duração da Prova: 120 minutos**

Objeto da avaliação

Conteúdos

- O peso relativo é distribuído da seguinte forma:

Conteúdos	Objetivos	Peso Relativo
Modulo 4 – Princípios de gestão da empresa agrícola 1. Exploração agrícola: terras, construções, plantações, máquinas diversas; 2. Situação patrimonial no início e fim do exercício: Bens, direitos, obrigações e situação líquida; 3. Avaliação do património; Inventário: Noção e classificação; 4. Diagrafia do balanço: Ativo, passivo e situação líquida; 5. Ativo (Ativo Corrente e não corrente); 6. Passivo (passivo corrente e não corrente); 7. Capitais próprios; 8. Receita e Rendimento; 9. Despesa e Gasto; 10. Fatores/produtos; 11. SNC código de contas.	• • Reconhecer a importância da contabilidade na empresa agrícola; • Averiguar as necessidades contabilísticas de uma empresa agrícola; • Aplicar os conceitos e princípios básicos de contabilidade; • Identificar o montante e origem dos resultados da empresa; • Analisar a posição da empresa perante terceiros; • Controlar a evolução patrimonial.	I Grupo 50 Pontos
Modulo 6 – Política Agrícola Comum (PAC) e associativismo 1. Política Agrícola Comum 1.1 Objetivos e princípios 1.2 Importância da PAC nas empresas de produção e mercados de produtos agroalimentares 1.3 A PAC e o desenvolvimento rural sustentável nos aspetos sociais, económicos e ambientais	• Identificar os objetivos da PAC; • Reconhecer a importância da regularidade de abastecimento dos mercados agroalimentares; • Tomar conhecimento da legislação e regulamentos nacionais e comunitários de apoio às explorações agrícolas e aos agricultores; • Analisar a organização comunitária dos mercados agrícolas e sua relação com a Organização Internacional do Comércio;	II Grupo 50 Pontos

Cofinanciado por:
POCH PORTUGAL 2020 UNIÃO EUROPEIA Fundo Social Europeu

2. Medidas de acompanhamento da PAC (…) 2.1 Garantia política de preços e mercados 2.1.1 Organização comum dos mercados agrícolas 2.1.2 Medidas de regularização dos mercados de produtos agrícolas 2.1.3 Quotas de produção e impostos específicos 2.1.4 Regime de preços 2.1.5 Sistema de preços 2.1.6 Indemnizações compensatórias e outras ajudas ao rendimento	• Reconhecer a aplicação das indeminizações compensatórias e outras ajudas ao rendimento; • Perceber o que são as quotas à produção	
3. Seguros agrícolas, pecuários e florestais. 3.1 Importância dos seguros na harmonização dos resultados das empresas agrícolas 3.2 Sistema Integrado de Proteção contra Aleatoriedades Climáticas (SIPAC) 3.2.1 Financiamento 3.2.2 Apólice 3.2.3 Riscos cobertos 3.2.4 Fundo de calamidades	• Reconhecer a relevância da subscrição do seguro; • Identificar as condições de aplicabilidade do fundo de calamidades; • Identificar os objetivos do fundo de calamidades;	
4. Associações agrícolas 4.1 O associativismo na criação de escalas e a maximização de resultados 4.1.1 Tipos de associações agrícolas 4.1.2 Sociedades de agricultura de grupo 4.1.3 Agrupamentos de produtores 4.1.4 Associações de agricultores regantes 4.1.5 Centros de gestão da empresa agrícola 4.1.6 Outras	• Identificar diferentes tipos de associações agrícolas;	
5. Cooperativas agrícolas 5.1. Breve historial 5.2. Tipos de cooperativas 5.3. Princípios cooperativos 5.4. Estrutura e funcionamento	• Saber a noção de cooperativa • Distinguir diferentes cooperativas; • Reconhecer os princípios do cooperativismo; • Enumerar vantagens do cooperativismo; • Identificar causas de possíveis ineficácias funcionais do sector cooperativo; • Tomar conhecimento da estrutura organizativa e funcional das cooperativas.	

Modulo 7 – Projeto de melhoria 1. Técnica dos orçamentos parciais 2. Técnica dos orçamentos completos 4. Avaliação de investimentos: 4.1. Noções elementares de cálculo financeiro 4.2. Critérios de avaliação de projetos de investimento	• Identificar o fundamento da técnica dos orçamentos parciais; • Elaborar um projeto de melhoria através da técnica dos orçamentos parciais; • Interpretar os resultados obtidos; • Identificar o fundamento da técnica dos orçamentos completos; • Aplicar as noções de matemática financeira indispensáveis ao cálculo do valor temporal do dinheiro o Calcular juro simples;	III Grupo 50 Pontos
Modulo 8 – marketing agroalimentar 1. Introdução 1.1 Definição e âmbito do *marketing* agroalimentar 2. O que é um mercado 2.1 Mercado agrícola 2.2 Mercado industrial 2.3 Mercado alimentar de consumo 3. Noções de produto agroalimentar 3.1 Produto indiferenciado 3.2 Produto de marca 3.3 Tipos de marca 3.3.1 Marca fabricante 3.3.2 Marca distribuidor 3.3.3 Produtos primeiro preço 4. O consumo e o consumidor (…) 4.2 Descrição dos consumidores em termos de variáveis de *marketing* 4.2.1 Os orçamentos familiares 4.2.2 Afetação do rendimento familiar 4.2.3 Variáveis não controláveis e controláveis 4.2.4 Critérios de escolha do agregado familiar 4.2.5 Segmentação dos agregados familiares: Organização dos dados de consumo 4.2.5.1 As características demográficas e socioprofissionais 4.2.5.2 Outros critérios de segmentação	• _Definir o conceito de *marketing* agroalimentar; • Distinguir diferentes conceções de *marketing;* • Distinguir diferentes tipos de mercado; • Identificar as especificidades do mercado alimentar de consumo; • Reconhecer diferentes produtos agroalimentares na ótica de mercado; • Diferenciar tipos de marca de produtos; • Reconhecer a influência das motivações económicas, sociais e culturais nos hábitos de consumo dos agregados familiares; • Perceber o conceito de segmentação;	IV Grupo 50 Pontos

4.3 O ato de compra e seus intervenientes 4.3.1 Os principais fatores que influenciam o consumidor 4.3.1.1 O preço 4.3.1.2 A qualidade 4.3.1.3 Publicidade, promoção, animação 4.3.1.4 Distribuição 4.3.1.5 Variáveis não controláveis 4.3.2 Informação relacionada com o produto 4.3.2.1 Marca	• Distinguir publicidade de promoção; • Distinguir fatores que afetam a escolha do produto e ato de compra;	
5. O mercado de consumo: O hipermercado e a distribuição moderna 5.1 A grande distribuição em Portugal 5.1.1 Pontos de venda (…) 5.4 Noções básicas de *merchandising*	• Identificar diferentes mercados de consumo de produtos agroalimentares; (…); • _ Saber a noção de *merchandising* • Identificar técnicas *de merchandising* nas grandes superfícies de distribuição; .	

Caracterização da prova

A prova é constituído por

- quatro grupos correspondendo cada grupo a um módulo com a cotação de 50 pontos cada.
- questões de escola múltipla, verdadeiro e falso, correspondência, espaços para completar, resposta curta e resposta de desenvolvimento

Nas questões em que a reposta envolva cálculo é necessário indicação de todos e a apresentação de respetiva fórmula.

Do enunciado farão parte as respetivas cotações.

Material a utilizar

Os alunos devem ser portadores de caneta ou esferográfica de tinta azul ou preta; é permitida a utilização de calculadora do tipo não alfanumérico, não programável.

Nota: Não será permitida a troca/empréstimo de qualquer tipo de material entre alunos dentro da sala em que decorre a prova.

Golegã, 26 de julho de 2017

A Professora

_____

(Maria Albertina da Silva Cantante)

Cofinanciado por:
POCH PORTUGAL 2020 UNIÃO EUROPEIA Fundo Social Europeu