



Ministério da Educação
Universidade Federal do Cariri
Centro de Ciências Agrárias e da Biodiversidade
Curso de Agronomia

Unidade Acadêmica Responsável: Centro de Ciências Agrárias e da Biodiversidade – CCAB					
Código AGR0137	Componente Curricular: Comercialização e Marketing na Agropecuária			Tipo: Disciplina	
				Caráter: Obrigatória	
Semestre de oferta: 9º		Modalidade: Presencial	Habilitação: -	Regime: Semestral	
Pré-Requisito: AGR0110 Economia Aplicada às Ciências Agrárias				Correquisito: -	
				Equivalência: AGR0034 Comercialização e Marketing na Agrícola	
Número de créditos: 04		Carga Horária			
		Total: 64 horas	Teórica: 48 horas	Prática: 16 horas	EAD: 0 horas
Objetivos: Adquirir conhecimentos de comercialização e marketing no setor agropecuário, mostrando as características e as fases da distribuição da produção agropecuária e sua complexidade. Discutir a distribuição dos produtos agropecuários e os itens produzidos a partir dela, o transporte, a armazenagem, a padronização, a classificação, o processamento, o marketing e a propaganda; Conhecer os principais métodos de análise e de planejamento da comercialização de produtos agropecuários: os custos e margens de comercialização; as principais estratégias ou alternativas de comercialização existentes.					
Ementa: Conceitos, características e importância da comercialização na agropecuária. Margens e Canais de Comercialização. Mercados. Logística Marketing (estratégias e os 4 E's do marketing aplicado ao sistema agroindustrial					
Bibliografia Básica ARAÚJO, M.J. Fundamentos de agronegócios. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2010 . BATALHA, M.O. Gestão Agroindustrial. Vol. 1. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2008 . KOTLER, P.; KELLER, K.L. Administração de marketing. 12. Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006 . SÁ, C.D. Estratégias de comercialização no agronegócio: estrutura de mercado e coordenação contratual. Rio de Janeiro: FGV, 2015 . TEJON, J.L. Marketing & agronegócio: a nova gestão – diálogo com a sociedade. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009 .					
Bibliografia Complementar CALLADO, A.A.C. Agronegócio. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.					