



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

### PROGRAMA DE DISCIPLINA

|                     |                |
|---------------------|----------------|
| 1. Curso: Agronomia | 2. Código: 303 |
|---------------------|----------------|

|                        |              |   |              |  |
|------------------------|--------------|---|--------------|--|
| 3. Modalidade(s):      | Bacharelado  | X | Licenciatura |  |
|                        | Profissional |   | Tecnólogo    |  |
| 4. Currículo (2006/2): |              |   |              |  |

|              |        |   |            |  |         |  |
|--------------|--------|---|------------|--|---------|--|
| 5. Turno(s): | Diurno | X | Vespertino |  | Noturno |  |
|--------------|--------|---|------------|--|---------|--|

|                                     |
|-------------------------------------|
| 6. Unidade Acadêmica: Campus Cariri |
|-------------------------------------|

|                                     |
|-------------------------------------|
| 7. Departamento: Curso de Agronomia |
|-------------------------------------|

|                        |                                      |
|------------------------|--------------------------------------|
| 8. Código PROGRAD:     | AGR0034                              |
| 9. Nome da Disciplina: | COMERCIALIZAÇÃO E MARKETING AGRÍCOLA |

|                       |         |
|-----------------------|---------|
| 10. Pré-Requisito(s): | AGR0028 |
|-----------------------|---------|

|                                       |                               |                   |                              |
|---------------------------------------|-------------------------------|-------------------|------------------------------|
| 11. Carga Horária/Número de créditos: |                               |                   |                              |
| Duração em semanas                    | Carga Horária Semanal 4 horas |                   | Carga Horária Total 64 horas |
| 16                                    | Teóricas: 4 horas             | Práticas: 0 horas |                              |
| Número de Créditos: 4 créditos        |                               | Semestre: sexto   |                              |

|                                      |   |           |  |
|--------------------------------------|---|-----------|--|
| 12. Caráter de Oferta da Disciplina: |   |           |  |
| Obrigatória:                         | X | Optativa: |  |

|                           |  |            |   |
|---------------------------|--|------------|---|
| 13. Regime da Disciplina: |  |            |   |
| Anual:                    |  | Semestral: | X |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 14. Justificativa:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| As transformações políticas, sociais e econômicas que ocorrem num ritmo cada vez mais acelerado mudam o ambiente dos negócios no mundo inteiro e oferecem novas e promissoras oportunidades. Esta disciplina apresenta uma visão da comercialização e do marketing de produtos agroindustriais como fatores essenciais para o sucesso das empresas nestes tempos de mudanças na economia mundial. |

|                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15. Ementa:                                                                                                                                                                                                                                         |
| A mudança na comercialização de negócios agrícolas no mundo e no Brasil. Mercado do Agronegócio. Marketing: significado e estratégias de marketing; marketing mix (produto, preço, ponto e promoção); marketing aplicado ao sistema agroindustrial. |

| 16. Descrição do Conteúdo:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |         |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------------------|
| Unidades e Assuntos das Aulas Teóricas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Semana  | Nº de Horas-aulas |
| 1. AGRONEGÓCIO NA ERA DA INFORMAÇÃO<br>As principais mudanças e tendências: antes da porteira, dentro da porteira e depois da porteira<br>Antes da porteira<br>Dentro da porteira<br>Depois da porteira<br>A praça do mercado                                                                                                                                                                                                                    | 1ª e 2ª | 8                 |
| 2. AGRONEGÓCIO: RELIGANDO A EMPRESA AGRÍCOLA AO CONSUMIDOR<br>Agronegócio chega ao século XXI triplicando em uma década<br>Matriz estratégica de Agronegócio (MEA)<br>Batavo - um exemplo de agribusiness<br>Caso Batavo                                                                                                                                                                                                                         | 3ª e 4ª | 8                 |
| 3. MARKETING - O CLIENTE EM PRIMEIRO LUGAR<br>Os quatro As como matriz de dimensionamento estratégico do marketing<br>Plano anual de marketing<br>Os Ps do marketing<br>Quatro Ps estratégicos do marketing<br>Dois Ps do marketing de serviços<br>Dois Ps do megamarketing<br>O "P" do parente no marketing - o caminho da profissionalização<br>A gerência de produto em Agronegócio<br>As vendas e a administração das relações com o cliente | 5ª e 6ª | 8                 |
| 4. O MARKETING NO AGRONEGÓCIO<br>A visão integrada da administração de marketing no agribusiness<br>Cenários do século XXI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 7ª      | 4                 |
| 5. MODELO DE PLANEJAMENTO SISTÊMICO DE MARKETING NO AGRONEGÓCIO<br>Fator 1 - Segmentação do consumidor final<br>Fator 2 - Marketing da alimentação<br>Fator 3 - Macroeconomia<br>Fator 4 - Quantificação/qualificação de mercados rurais<br>Fator 5 - Infra-estrutura<br>Fator 6 - Produtos agropecuários<br>Fator 7 - Segmentação dos produtores agropecuários                                                                                  | 8ª e 9ª | 8                 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                   |   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|---|
| Agricultura de precisão<br>Fator 8 - Fatores de produção<br>Fator 9 - Política agrícola pública e privada<br>Fator 10 - Sistemas de informação<br>Aviso aos planejadores                                                                                                                                                                                                                                                  |                                   |   |
| 6. AS DISTINTAS TECNOLOGIAS DE MARKETING NO AGRONEGÓCIO<br>O valor da marca<br>Treze grandes áreas de especialização em marketing de Agronegócio                                                                                                                                                                                                                                                                          | 10 <sup>a</sup>                   | 4 |
| 7. MARKETING DE INSUMOS, SERVIÇOS E BENS DE PRODUÇÃO PARA A AGROPECUÁRIA - "MARKETING RURAL"<br>Doze tendências evolutivas do marketing agropecuário<br>Comentários para a virada do século do marketing agropecuário<br>Gerenciamento de produtos<br>Marketing integrado<br>Gestão criativa<br>Caso nº 1 - Iochpe-Maxion<br>Caso nº 2 - Agrocere Ross Melhoria Genética<br>Caso nº 3 - Cyanamid                          | 11 <sup>a</sup>                   | 4 |
| 8. MARKETING DO PRODUTOR AGROPECUÁRIO<br>O plano de marketing do agricultor<br>Questões em marketing agrícola<br>Caso nº 4 - Promovos: reposicionamento do ovo e estímulo ao consumo<br>Caso nº 5 - Mec Milk: agregando valor ao leite<br>Caso nº 6 - Marketing da carne suína: um exemplo norte-americano                                                                                                                | 12 <sup>a</sup>                   | 4 |
| 9. MARKETING AGROINDUSTRIAL<br>Matriz estratégica do Agronegócio (MEA) do frango<br>Movimentos do setor de alimentos - 1998/2001<br>Setor de lácteos<br>Setor de massas e pães<br>Setor de bebidas<br>Setor de carnes<br>Setor de cafés<br>Setor de fast food<br>Setor de supermercados<br>Setor de cereais<br>Setor de chocolates<br>Setor de alimentos<br>Caso nº 7 - Arroz Tio João (transformando commodity em marca) | 13 <sup>a</sup> e 14 <sup>a</sup> | 8 |
| 10. MARKETING DO VAREJO E SERVIÇOS DA ALIMENTAÇÃO<br>Revolução no varejo alimentício                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 15 <sup>a</sup>                   | 4 |
| 11. AGRONEGÓCIO INTERNACIONAL<br>Blitz de marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 16 <sup>a</sup>                   | 4 |

|                                            |  |  |
|--------------------------------------------|--|--|
| Guerra comercial e "sol nascente"          |  |  |
| Dados gerais sobre o agribusiness no Japão |  |  |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 17. Bibliografia Básica:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>DIAS, Sérgio Roberto. <b>Gestão de Marketing</b>. São Paulo: Saraiva, 2006.</p> <p>KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. <b>Administração de marketing</b>. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.</p> <p>MEGIDO, J.L.Tejon; XAVIER, Coriolano. <b>Marketing &amp; Agribusiness</b>. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2003.</p> <p>NEVES, Marcos Fava; CASTRO, Luciano e Thomé. <b>Marketing e Estratégia em Agronegócios e Alimentos</b>. 3 reimpr. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>NEVES, Marcos Fava; ZYLBERSZTAJN, Décio. <b>Agronegócio do Brasil</b>. 1 ed. São Paulo: 2005.</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 18. Bibliografia Complementar:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p>ARAÚJO, Massilon J. <b>Fundamentos de Agronegócios</b>. 2 reimpr. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>BATALHA, Mário Otávio. <b>Gestão Agroindustrial-vol 1</b>. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>CAIXETA-FILHO, José Vicente; GAMEIRO, Augusto Hauber. <b>Transporte e logística em sistemas agroindustriais</b>. 1 ed. 2 reimpr. São Paulo: Atlas, 2001.</p> <p>CALLADO, Antonio André Cunha. 2 reimpr. São Paulo: Atlas, 2006.</p> <p>NEVES, Marcos Fava. <b>Agronegócios e desenvolvimento sustentável: uma agenda para a liderança mundial na produção de alimentos e bioenergia</b>. 1 ed. 2 reimpr. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>NEVES, Marcos Fava; CHADDAD, Fábio R.; LAZZARINI, Sérgio G. <b>Gestão de Negócios em Alimentos</b>. 1 ed. 1 reimpr. São Paulo: THOMSON, 2001.</p> <p>ZYLBERSZTAJN, Décio; NEVES, Marcos Fava. <b>Economia &amp; Gestão dos Negócios Agroalimentares</b>. 1 ed. 1 reimpr. São Paulo: THOMSON, 2002.</p> <p>ZYLBERSZTAJN, Décio; SCARE, Roberto Fava. <b>Gestão da Qualidade no Agribusines. Gestão Agroindustrial-1</b>. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2003.</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 19. Avaliação da Aprendizagem:                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p>O processo de avaliação seguirá as normas e critérios da UFC para os cursos dessa natureza. A avaliação do aluno considerará: assiduidade; participação nas aulas; elaboração das tarefas propostas; nível e análise; sínteses e intervenção em classe; elaboração de trabalhos e avaliações escritas.</p> |

|                  |
|------------------|
| 20. Observações: |
|                  |

|  |
|--|
|  |
|--|

|                                                                     |                                   |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| 21. Aprovação do Colegiado da Coordenação do Curso:                 |                                   |
| Nº da ata da Reunião: ____/____/____                                | Data de Aprovação: ____/____/____ |
| <p>_____</p> <p>Coordenador de curso<br/>(Assinatura e Carimbo)</p> |                                   |

|                                                                         |                                   |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| 22. Aprovação do Colegiado Departamental:                               |                                   |
| Nº da ata da Reunião: ____/____/____                                    | Data de Aprovação: ____/____/____ |
| <p>_____</p> <p>Chefe(a) do Departamento<br/>(Assinatura e Carimbo)</p> |                                   |

|                                                                 |                                   |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| 23. Aprovação do Conselho de Centro/Faculdade/Instituto/Campus: |                                   |
| Nº da ata da Reunião: ____/____/____                            | Data de Aprovação: ____/____/____ |
| <p>_____</p> <p>Diretor<br/>(Assinatura e Carimbo)</p>          |                                   |

|                                                                          |                                   |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| 24. Aprovação do Conselho de Ensino, Pesquisa e Ensino:                  |                                   |
| Nº da ata da Reunião: ____/____/____                                     | Data de Aprovação: ____/____/____ |
| <p>_____</p> <p>Presidente(a) do Conselho<br/>(Assinatura e Carimbo)</p> |                                   |