

Programa Analítico de Disciplina

NUT 391 - Marketing em Alimentação e Nutrição

Departamento de Nutrição e Saúde - Centro de Ciências Biológicas e da Saúde

Catálogo: 2019

Número de créditos: 4

Carga horária semestral: 60h

Carga horária semanal teórica: 2h

Carga horária semanal prática: 2h

Semestres: II

Objetivos

Desenvolver um planejamento estratégico de marketing em Alimentação e Nutrição, aplicando os conceitos e composto de marketing e pesquisa de mercado,

Ementa

Conceitos e histórico de marketing. Planejamento, estratégia e processo de marketing. Pesquisa de mercado. Mercado consumidor. Desenvolvimento de novos produtos. Grupo de foco. Comunicação Eficaz. Projeto de marketing

Pré e co-requisitos

1485 OBR

Oferecimentos obrigatórios

Não definidos

Oferecimentos optativos

Curso	Grupo de optativas
Nutrição	Geral

NUT 391 - Marketing em Alimentação e Nutrição

Conteúdo					
Unidade	T	P	ED	Pj	To
1. Introdução	2h	0h	0h	0h	2h
2. Conceitos e histórico de marketing	2h	0h	0h	0h	2h
3. O composto de marketing	2h	0h	0h	0h	2h
4. Planejamento, estratégia e processo de marketing	2h	0h	0h	0h	2h
5. O consumidor de alimentos 1. Valor e satisfação do consumidor 2. Comportamento de compra 3. Processo de decisão de compra	6h	0h	0h	0h	6h
6. Pesquisa de mercado e desenvolvimento do MIX de marketing em alimentação e nutrição 1. Marketing, propaganda e publicidade 2. Tipos de pesquisa 3. Projetos de pesquisa 4. Grupo focal	4h	0h	0h	0h	4h
7. Desenvolvimento de novos produtos alimentícios 1. Estratégias de desenvolvimento 2. Ciclo de vida dos produtos	4h	0h	0h	0h	4h
8. Marketing social	2h	0h	0h	0h	2h
9. Marketing em alimentação e nutrição 1. Ética 2. Aplicações 3. Vantagens	6h	0h	0h	0h	6h
10. Estruturação da proposta do plano de marketing 1. Análise da situação da empresa 2. Objetivos 3. Estratégias 4. Táticas 5. Cronograma 6. Orçamento	0h	8h	0h	0h	8h
11. Aplicação do plano e marketing	0h	8h	0h	0h	8h
12. Avaliação do plano de marketing	0h	4h	0h	0h	4h
13. Apresentação dos trabalhos práticos. Redação do trabalho final	0h	4h	0h	0h	4h
14. Visita técnica a uma empresa, em outro município, para conhecer a aplicação do marketing em alimentação e nutrição	0h	6h	0h	0h	6h
Total	30h	30h	0h	0h	60h

(T)Teórica; (P)Prática; (ED)Estudo Dirigido; (Pj)Projeto; Total(To)

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://siadoc.ufv.br/validar-documento> com o código: 4Z1U.M3A4.YSKG

Planejamento pedagógico	
Carga horária	Itens
Teórica	Apresentação de conteúdo oral e escrito com o apoio de equipamento (projektor, quadro-digital, TV, outros); Apresentação de conteúdo pelos estudantes, mediado pelo professor; Apresentação de conteúdo utilizando aprendizado ativo; e Debate mediado pelo professor
Prática	Desenvolvimento de projeto, Prática investigativa executada por todos os estudantes e Resolução de problemas
Estudo Dirigido	Estudo dirigido, Leitura conduzida e Projeto
Projeto	Desenvolvimento de projeto e Resolução de problema
Recursos auxiliares	Preferência de Mobiliário e Transporte para visita Técnica

NUT 391 - Marketing em Alimentação e Nutrição

Bibliografias básicas

Descrição	Exemplares
ALVES, R.R. et al. Consumo verde: comportamento do consumidor responsável. Viçosa: Editora UFV, 2011.	9
KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Princípios de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall do Brasil, 2011.	11
NEVES, M.F., CASTRO, L.T. Marketing e estratégia em agronegócios e alimentos. São Paulo: Atlas, 2007.	13

Bibliografias complementares

Descrição	Exemplares
LAS CASAS, A.L. Marketing de serviços. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.	2
MATTAR, F.N. Pesquisa de marketing. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2006.	4
MENEGHETTI, S.B. Comunicação e marketing: fazendo a diferença no dia a dia de organizações e sociedade civil. 2.ed. São Paulo: Global, 2003.	14
MLHOTRA, N.K. et al. Introdução à pesquisa de marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2006.	3
SANDHUSEN, R.L. Marketing Básico - Série Essencial. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2003.	2