

## Programa Analítico de Disciplina

### NUT 391 - Marketing em Alimentação e Nutrição

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

Catálogo: 2023

Número de créditos: 4

Carga horária semestral: 60h

Carga horária semanal teórica: 2h

Carga horária semanal prática: 2h

Carga horária de extensão: 8h

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.

#### Atividades de Extensão

As atividades de marketing em alimentação e nutrição serão realizadas em mercados locais, instituições públicas e privadas, restaurantes e estabelecimentos comerciais sob supervisão do professor/nutricionista.

#### Pré e correquisitos

1485 OBR

#### Oferecimentos obrigatórios

*Não definidos*

#### Oferecimentos optativos

**Curso**

**Grupo de optativas**

Nutrição

Área de Nutrição e Alimentação

## NUT 391 - Marketing em Alimentação e Nutrição

Conteúdo					
Unidade	T	P	ED	Pj	To
1. <b>Introdução</b>	2h	0h	0h	0h	2h
2. <b>Conceitos e histórico de marketing</b>	2h	0h	0h	0h	2h
3. <b>O composto de marketing</b>	2h	0h	0h	0h	2h
4. <b>Planejamento, estratégia e processo de marketing</b>	2h	0h	0h	0h	2h
5. <b>O consumidor de alimentos</b> 1. Valor e satisfação do consumidor 2. Comportamento de compra 3. Processo de decisão de compra	6h	0h	0h	0h	6h
6. <b>Pesquisa de mercado e desenvolvimento do MIX de marketing em alimentação e nutrição</b> 1. Marketing, propaganda e publicidade 2. Tipos de pesquisa 3. Projetos de pesquisa 4. Grupo focal	4h	0h	0h	0h	4h
7. <b>Desenvolvimento de novos produtos alimentícios</b> 1. Estratégias de desenvolvimento 2. Ciclo de vida dos produtos	4h	0h	0h	0h	4h
8. <b>Marketing social</b>	2h	0h	0h	0h	2h
9. <b>Marketing em alimentação e nutrição</b> 1. Ética 2. Aplicações 3. Vantagens	6h	0h	0h	0h	6h
10. <b>Estruturação da proposta do plano de marketing</b> 1. Análise da situação da empresa 2. Objetivos 3. Estratégias 4. Táticas 5. Cronograma 6. Orçamento	0h	8h	0h	0h	8h
11. <b>Aplicação do plano e marketing</b> 1. Realização de atividades com consumidores e produtores de alimentos sobre os benefícios dos diferentes tipos de alimentos no contexto de uma alimentação saudável.	0h	8h	0h	0h	8h
12. <b>Avaliação do plano de marketing</b>	0h	4h	0h	0h	4h
13. <b>Apresentação dos trabalhos práticos. Redação do trabalho final</b>	0h	4h	0h	0h	4h
14. <b>Visita técnica a uma empresa, em outro município, para conhecer a aplicação do marketing em alimentação e nutrição</b>	0h	6h	0h	0h	6h

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://siadoc.ufv.br/validar-documento> com o código: WBDS.D3UO.HMT1

	<b>Total</b>	<b>30h</b>	<b>30h</b>	<b>0h</b>	<b>0h</b>	<b>60h</b>
--	--------------	------------	------------	-----------	-----------	------------

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

<b>Planejamento pedagógico</b>	
<b>Carga horária</b>	<b>Itens</b>
Teórica	Apresentação de conteúdo oral e escrito com o apoio de equipamento (projektor, quadro-digital, TV, outros); Apresentação de conteúdo utilizando aprendizado ativo; Debate mediado pelo professor; e Apresentação de conteúdo pelos estudantes, mediado pelo professor
Prática	Prática investigativa executada por todos os estudantes, Resolução de problemas e Desenvolvimento de projeto
Estudo Dirigido	<i>Não definidos</i>
Projeto	<i>Não definidos</i>
Recursos auxiliares	Transporte para Aula

## 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.	1
KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Princípios de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall do Brasil, 2011.	15
NEVES, M.F., CASTRO, L.T. Marketing e estratégia em agronegócios e alimentos. São Paulo: Atlas, 2007.	2

### Bibliografias complementares

Descrição	Exemplares
LAS CASAS, A.L. Marketing de serviços. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.	14
MATTAR, F.N. Pesquisa de marketing. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2006.	10
MENEGHETTI, S.B. Comunicação e marketing: fazendo a diferença no dia a dia de organizações e sociedade civi. 2.ed. São Paulo: Global, 2003.	2
MLHOTRA, N.K. et al. Introdução à pesquisa de marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2006.	1
SANDHUSEN, R.L. Marketing Básico - Série Essencial. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2003.	1

### Pontos de controle

Campo	Anterior	Atual
Conteúdo	Há alterações no conteúdo da disciplina	