



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA SERTÃO PERNAMBUCANO
CAMPUS PETROLINA ZONA RURAL
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM VITICULTURA E ENOLOGIA

PLANO DE DISCIPLINA

Disciplina: Marketing, Comercialização e Logística		
Carga Horária Total: 45 horas	Carga Horária Teórica: 40 horas	Carga Horária Prática: 5 horas

EMENTA

Principais conceitos. Orientação das empresas agroindustriais frente ao mercado; Marketing MIX; Sistema de informação de marketing (SIM): conceitos e componentes; Análise quantitativa de mercado; Análise e pesquisa de mercado; A regionalização e a segmentação dos mercados; Preços e mercados; Promoção e vendas; Distribuição e logística.; Processo de comercialização. Mercados de produtos específicos.

OBJETIVOS

Objetivo Geral

Desenvolver a capacidade de análise para utilização dos aspectos do ambiente de marketing com o objetivo de gerar vantagem competitiva para a organização em toda cadeia produtiva.

Objetivos Específicos

- Compreender a importância e o poder do processo de marketing e propaganda;
- Entender os desafios do processo integrado de comercialização; e
- Perceber as condições mínimas para efetivar logística em um grau minimamente eficiente para produtos e serviços.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO DISCRIMINADO

Aulas Teóricas

1. Apresentação da disciplina.
2. Análise de mercado: compreendendo a real necessidade do cliente.
3. Marketing antes da porteira - Marketing dentro da porteira - Marketing pós porteira.
4. Fundamentação e análise do mix de marketing.
5. Marketing para os produtos da uva.
6. Análise de mercados consumidores.
7. Análise de preços agropecuários.
8. Métodos de análise de Comercialização.
9. Custos, margens e mark-ups de comercialização.
10. Organização da comercialização.
11. Atividade dirigida
- 12. Primeira avaliação.**
13. Canais de comercialização.

14. Desempenho da comercialização (rentabilidade, qualidade, competitividade).
15. Estratégias de comercialização.
16. Pesquisa em comercialização agrícola.
17. Logística de mercado
18. Logística: qual o custo da ineficiência?
19. Estudo e análise das cadeias de suprimento - parte 1.
- 20. Segunda avaliação.**
- 21. Prova de reposição.**
- 22. Avaliação final.**

Aulas Práticas

1. Estudo e análise das cadeias de suprimento - parte 2. (1 hora)
2. Atividade prática - escola do vinho (2 horas)
3. Visita técnica. (2 horas)

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Aulas expositivas e dialogadas utilizando equipamento multimídia Data Show e/ou quadro branco e pincel; Aulas prática; Atividades avaliativas.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO (Instrumentos e valores)

- 1ª Avaliação: Prova com questões objetivas e discursivas – Valor: 0 a 10.
2ª Avaliação: Seminários temáticos – Valor: 0 a 10.

REFERÊNCIAS

Básica

- I) BALLOU, R. H. Logística empresarial: transporte, administração de materiais e distribuição física - 1 ed, São Paulo: Atlas, 2008.
- II) BERTAGLIA, Paulo Roberto. Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento 2 ed, São Paulo: Saraiva 2009.
- III) CAIXETA FILHO J. V. GAMEIRO A. H. Transporte e Logística em Sistemas Agroindustriais. São Paulo: Atlas, 2001
- IV) KOTLER, P., KELLER, K.. Administração de Marketing. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- V) ROSENBLUM, Bert. Canais de Marketing: uma visão gerencial – 1 ed. São Paulo: Atlas, 2008
- VI) MENDES, J. T. G. Agronegócio: uma abordagem econômica, São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- VII) MINERVINI, N. O Exportador: ferramenta para atuar no mercado internacional – 5 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.
- VIII) NEVES, M. F. Marketing e Estratégia em Agronegócios e Alimentos. São Paulo: Atlas, 2007.
- IX) TEJON. J. L. Marketing & Agronegócio: a nova gestão, dialogo com a sociedade, São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

Complementar

- I) KOTLER, P. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 1999.