



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO: GAG575	COMPONENTE CURRICULAR: EMPREENDEDORISMO, MARKETING E COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS		SIGLA: FAGEN
CH TOTAL TEÓRICA: 45	CH TOTAL PRÁTICA: 15	CH TOTAL: 60

OBJETIVOS

- A disciplina visa preparar os alunos para atuar num mundo de negócios caracterizado por ambientes globais de alta complexidade e dinamismo, desenvolvendo suas habilidades gerenciais, analíticas e conceituais.
- Conscientizar o aluno que arriscar conscientemente é ter coragem de enfrentar desafios, de tentar um novo empreendimento, de buscar, por si só, os melhores caminhos, sabendo que os riscos fazem parte de qualquer atividade e é preciso aprender a lidar com eles.
- Desenvolver no aluno a percepção para identificar as oportunidades, ficar atento e perceber, no momento certo, as oportunidades que o mercado oferece e reunir as condições propícias para a realização de um bom negócio.
- Desenvolver no aluno o conhecimento, a organização e a independência, senso de organização, ou seja, ter capacidade de utilizar recursos humanos, materiais, financeiros e tecnológicos de forma racional na sua empresa.

EMENTA

Empreendedorismo e Empreendedor; Plano de negócios; Mercados internos e externos; Operações, investimentos e orçamentos; Registros e resultados; Gestão de recursos humanos; Cadeias produtivas, clusters e projetos; Escolha de atividades produtivas; Calendário de operações; Decisão de investir; orçamento e fontes de investimento.

Introdução ao marketing; Planejamento estratégico de marketing; Estudo do comportamento do consumidor; Marketing de relacionamento. CRM (Customer Relationship Management). Segmentação do marketing; Decisões em marketing; Ética em marketing.

comercialização de produtos agropecuários no contexto da economia global do país, abordando também, aspectos específicos como: abastecimento, sociedades comerciais e cooperativas; mercado a termo de mercadorias; e pesquisa na comercialização.



Comercialização de produtos agropecuários: Aspectos teóricos da comercialização; Descrição do processo da comercialização; Análise de preços agrícolas; Consumidores, mercado e pesquisa. Planejamento estratégico e marketing; Propaganda e instrumentos de promoção da comercialização; Análise do mercado regional nacional e global.

PROGRAMA

Introdução ao empreendedorismo:

- Perfil do empreendedor;
- Habilidades e qualidades do empreendedor;
- Análise do mercado:
 - regional, nacional e internacional;
- Escolha da atividade com base no mercado consumidor e recursos humanos.
- Decisão de investir: capital e em recursos humanos
- Calendário de operações.
- Elaboração de projetos.
- orçamento e fontes de investimento.
- Registro e análise de resultados.
- Títulos de Crédito para o empreendedor;
- Falências e Concordatas;
- Defesa do Consumidor;
- Direito Ambiental;
- Licitação e Contratos.

Introdução ao marketing

- Conceito e evolução do Marketing.
- Princípios e composto de marketing.
- Planejamento de marketing: estratégia e análise de portfólio.
- Sistemas de informações de marketing: ambiente e pesquisa de mercado.
- Comportamento do consumidor: processo de compra, segmentação e posicionamento.
- Segmentação do marketing
 - marketing verde, regional, nacional e internacional, relacionamento e outros.
- Decisões em marketing.
- Certificação e o Marketing comercial
 - Tipos de ISO,
 - importância e obtenção da ISO.
- Ética em marketing.

Comercialização de produtos agropecuários

- Aspectos teóricos da comercialização.
- Descrição do processo da comercialização
- Variações irregulares, estacionais e cíclicas da produção e seus efeitos no preço.
- Análise de preços agrícolas.
- comercialização e Marketing.
 - Consumidores, mercado e pesquisa.

Propaganda e instrumentos de promoção.

Geografia da comercialização: áreas de abastecimento, áreas de vendas, inter-relações de abastecimento e de vendas. Custos e canais de comercialização.



Política e legislação da comercialização dos produtos agropecuários.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

COBRA, M. **Administração de marketing no Brasil**. Rio de Janeiro: Campus, 2009.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall Brasil, 2013.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALEXANDRE, R. **Direito tributário esquematizado**. São Paulo: Método, 2013.

CHURCHIL JUNIOR, G. A.; PETER, J. P. **Marketing**. São Paulo: Saraiva, 2013.

DEGEN, R. J. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall Brasil, 2009.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987.

APROVAÇÃO

10 / 03 / 2014

Carimbo e assinatura do Coordenador do Curso
Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Dr. Bruno Sérgio Vieira

Coordenador do Curso de Graduação em Agronomia
Campus Monte Carmelo Portaria R Nº 648/2013

20 / 03 / 2014
Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Dr. Karen Cristina de Sousa Ribeiro
Diretora da Faculdade de Ciências e Letras

Portaria R Nº 630/2013
Carimbo e assinatura do Diretor da
Unidade Acadêmica
(que oferece o componente curricular)