



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO

CÓPIA AUTÊNTICA

Mensagem _____ de _____

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

Responsável pela Autenticação _____

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO		
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO		
PRO-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
IDENTIFICAÇÃO		
CURSOS	DEPARTAMENTO	
ADMINISTRAÇÃO	AGROTECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS	
PROGRAMA GERAL DA DISCIPLINA		
CODIGO	DISCIPLINA	POSICAO NA INTEGRALIZACAO
1200487	PESQUISA E PLANEJAMENTO MERCADOLÓGICO NO AGRONEGÓCIO	ELETIVA
PROFESSOR		
Marcos Fernando M. de Medeiros		

TEORICA	PRÁTICA	TEÓRICA-PRÁTICA	TOTAL	Nº DE CREDITOS	CARGA HORÁRIA TOTAL
		04	04	04	60
PRÉ-REQUISITO					
MARKETING II					
OBJETIVOS					
1. Apresentar elementos teóricos e práticos do processo de pesquisa de marketing, da pesquisa de mercado no agronegócio, do plano de marketing no agronegócio					
EMENTA					
O processo de pesquisa de marketing. Pesquisa de mercado no agronegócio. O plano de marketing no agronegócio.					
CONTEUDO PROGRAMÁTICO					
Nº DA UNIDADE	UNIDADE	Nº de HORAS			
		T	P	T-P	
I	O processo de pesquisa de marketing Conceito e tipos de pesquisas Tipos fontes e formas de coletas de dados Instrumentos de coletas de dados Coleta e processamento de dados Análise de dados Comunicação de resultados			16	
II	Pesquisa de mercado no agronegócio			24	
III	O plano de marketing no agronegócio A missão A análise SWOT Formulação de metas Formulação estratégica Formulação de programas Implementação Feedback e controle			20	
TOTAL				60	

UFERSA

Joana D'arc Vêras de Aquino
Diretora da Divisão Registro Escolar

MÉTODOS		
TÉCNICAS	RECURSOS DIDÁTICOS	INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO
Exposições dialogadas	Quadro branco	Prova escrita
Aulas mediadas por construções grupais	Retroprojeter	Produção textual
Visita a empresas	Datashow	Apresentação oral e/ou escrita de trabalho
Entrevistas	TV e Vídeo	
Palestras	Textos	
	Empresa	
	Pessoa fonte	

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS (ABNT 2000)

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.** 3ed. Porto Alegre: Bookman, 2001

MATTAR, Fauze. **Pesquisa de Marketing.** Ed. Compacta. 2ed. São Paulo: Atlas, 2000.

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para os clientes.** 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: a edição do novo milênio.** 10ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

ZUIN, Luís Fernando Soares; QUEIROZ, Timoteo Ramos. (coord) **Agronegócio: Gestão e inovação.** São Paulo: Saraiva, 2006.

APROVAÇÃO

COORDENAÇÃO

_____/_____/_____
DATA

ASS. DO COORDENADOR DO CURSO

DEPARTAMENTO

24/11/2009
DATA

ASS. DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

CONSEPE UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
Secretaria Órgãos Colegiados

8ª Ordinária 24/11/09
Nº DA REUNIÃO DATA

ASS. DO SECRETÁRIO(A) DOS ÓRGÃOS COLEGIADOS