



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2023	
Tp. Período	Anual	
Curso	NUTRIÇÃO (220)	
Disciplina	2948 - EMPREENDEDORISMO E MARKETING EM NUTRICAÇÃO (OPT)	Carga Horária: 68
Turma	NUI	
Local	CEDETEG	

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Conceitos básicos de Marketing. O consumidor. Segmentação de mercado. Aplicabilidade do marketing na Nutrição. Marketing de serviços. Marketing pessoal. Marketing em Unidades de Alimentação e Nutrição. Marketing na indústria de alimentos. Empreendedorismo. Rotulagem nutricional e embalagem de alimentos.

I. Objetivos

Capacitar o aluno a conhecer os conceitos básicos de marketing e empreendedorismo.
Capacitar o aluno a compreender área de atuação do nutricionista em marketing.
Capacitar o aluno a desenvolver pesquisa de mercado e plano de negócio.
Capacitar o aluno a compreender o comportamento do consumidor.
Capacitar o aluno a conhecer as principais características do marketing da indústria dos alimentos, serviços e pessoal.
Capacitar o aluno a compreender os principais aspectos do marketing em planejamento e desenvolvimento de produtos, rotulagem nutricional e comercialização de alimentos e bebidas.

II. Programa

Unidade I: Empreendedorismo: conceito e aplicações na área da nutrição.
Unidade II: Introdução ao marketing: conceitos básicos, tipos de marketing, mídias e legislações.
Unidade III: Comportamento do consumidor: tipos de comportamentos, processos decisórios e fatores influenciadores para compra.
Unidade IV: Atuação do nutricionista em marketing.
Unidade V: Plano de negócios e pesquisa de mercado.
Unidade VI: Marketing de Serviços: características do serviço, promoção de vendas e avaliação da satisfação do cliente.
Unidade VII: Marketing pessoal e mídias sociais.
Unidade VIII: Marketing da indústria de alimentos: evolução do consumo alimentar e impacto da publicidade no consumo alimentar.
Unidade IX: Rotulagem nutricional de alimentos/bebidas embalados: rotulagem geral, rotulagem nutricional, alegações complementares. Comercialização de alimentos e bebidas – legislações e resoluções.

III. Metodologia de Ensino

- Aula expositivas dialogada com auxílio de recursos audiovisuais, giz/quadro e tecnologias de educação e comunicação (TICS)
- Metodologias de ensino ativas (rodas de conversa, sala de aula invertida e aprendizagem baseada em problemas – PBL).
- Discussão de artigos.
- Seminários de pesquisa.

IV. Formas de Avaliação

Os alunos serão avaliados de forma formativa e somativa. Ao longo dos dois semestres prevê as seguintes avaliações:

- Participação em sala de aula.
- Prova bimestral escrita (contendo questões objetivas e discursivas).
- Trabalhos individuais (Produção de textos/questionários) após discussão dos temas da disciplina.
- Elaboração e apresentação de seminários.

Observação: para os discentes que ao longo do processo avaliativo atingirem médio inferior a 7,0 (sete), será oportunizado a recuperação de rendimento, o qual prevê a realização de trabalho individual ou prova escrita sobre os temas trabalhados ao longo dos semestres. A recuperação terá o valor de 10,0 (dez) pontos e será substituída a menor nota. Caso a nota da recuperação seja inferior, será mantido a média final do semestre.

V. Bibliografia

Básica

DORNELAS, José. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.
COBRA, Marcos. Administração de marketing no Brasil. 2.ed. São Paulo: Cobra Ed. e Marketing, 2006. 454p.
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. 9.ed. São Paulo: Prentice hall, 2003. 593p.

Complementar

CONDE, Simara Rufato; CONDE, Alexandre. Nutricionista o seu próprio empreendedor. 1. ed. São Paulo: Editora Metha, 2017. 128 p.



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2023	
Tp. Período	Anual	
Curso	NUTRIÇÃO (220)	
Disciplina	2948 - EMPREENDEDORISMO E MARKETING EM NUTRICAÇÃO (OPT)	Carga Horária: 68
Turma	NUI	
Local	CEDETEG	

PLANO DE ENSINO

SILVA, Erika Madeira Moreira. Marketing para quem entende de nutrição. 1.ed. Rio de Janeiro: Rubio, 2014. 168 p.
BUTTERFIELD, Leslie (Org.). O valor da propaganda: vinte maneiras de fazer a propaganda funcionar para sua empresa. Tradução: Sandra Luzia Couto, Mirtes Frange de Oliveira Pinheiro. São Paulo: Cultrix, 2005. 224 p. ISBN 85-316-0896-1.
SOLOMON, Michael R. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. Tradução: Luiz C. de Queiroz Faria. 9.ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2011. 680 p. ISBN 978-85-7780-772-7.
GIGLIO, Ernesto Michelangelo. O comportamento do consumidor. 4. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010. 245 p. ISBN 978-85-221-1068-1.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DENUT/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 06/2023
Data: 22/05/2023