UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	**2022**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**NUTRIÇÃO (220)**
Disciplina	**2948 - EMPREENDEDORISMO E MARKETING EM NUTRICAO (OPT)**
Turma	**NUI**
Local	**CEDETEG**

Carga Horária: **68**

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.
•Unidade X: Comercialização de alimentos e bebidas – legislações e resoluções.

III. Metodologia de Ensino

Aulas expositivas com auxílio de recursos audiovisuais e quadro de giz; Leitura e discussão de textos; Discussão de artigos.

IV. Formas de Avaliação

Exercícios, trabalhos sala de aula, apresentação de seminários e plano de negócios. Para Os alunos que não alcançarem a média, será feito uma avaliação final.

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. Sao Paulo: Cobra Ed. e Marketing, 2006. 454p.
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Principios de Marketing. 9.ed. Sao 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.
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

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	**2022**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**NUTRIÇÃO (220)**
Disciplina	**2948 - EMPREENDEDORISMO E MARKETING EM NUTRICAO (OPT)**
Turma	**NUI**
Local	**CEDETEG**

Carga Horária: **68**

PLANO DE ENSINO

Tp. Documento: Ata Departamental

Documento: 12/2022

Data: 06/06/2022