



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
COLÉGIO POLITÉCNICO DA UFSM
PROJETO PEDAGÓGICO
CURSO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM AGRICULTURA DE PRECISÃO
8. DISCIPLINAS

Gestão de Marketing em Agricultura de Precisão

Carga horária: 45 horas

Número de créditos: 3

Ementa: Conceitos básicos de marketing e do agronegócio; Marketing e sua relação com a agricultura de precisão; Composto de marketing no agronegócio; Análise do ambiente de marketing; Comportamento do consumidor; Tendências associadas ao marketing na agricultura; Pesquisa mercadológica; Planejamento estratégico de marketing para o agronegócio.

Bibliografia:

BATALHA, M. O. **Gestão agroindustrial**. 5. ed. v.2. São Paulo: Atlas, 2009.

BRUM, A. L.; MULLER, P. K. **Aspectos do Agronegócio no Brasil**. Ijuí: Unijui, 2009.

CALADO, A. A. C. **Agronegócio**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

KOHL, R. L.; UHL, J. N. **Marketing of agricultural products**. 9. ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2001.

KOTLER, P., KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MEGIDO, J. L. T.; XAVIER, C. **Marketing e Agribusiness**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

NEVES, M. F.; CASTRO, L. T. E. **Marketing e Estratégia em Agronegócios e Alimentos**. São Paulo: Atlas, 2003.

XAVIER, C.; TEJON, J. L. **Marketing e Agronegócio: a nova gestão**. São Paulo: Prentice Hall, 2009.