



Nº:

FOLHA:

RUBRICA:

PROPOSTA DE PROGRAMA ANALÍTICO DE DISCIPLINA
CURSOS TÉCNICOS

Observações importantes:

1. Disciplinas podem conter carga horária teórica e prática e estas devem estar separadas no programa analítico.
2. A EMENTA DE UMA DISCIPLINA, POR DEFINIÇÃO, É O CONJUNTO DOS TÓPICOS LISTADOS, COMO COMPONENTES A SEREM LECIONADOS EM SUA PARTE TEÓRICA.
3. Informar referências bibliográficas básicas e complementares.
4. Pré-Requisitos e co-requisitos podem ser dados em uma fórmula contendo os conectivos “e” e “ou”, usando-se parênteses para evitar ambiguidade de interpretação, por exemplo (CFA201 ou CFA210) e (CFA100 ou CFA103 ou CFA201).
5. Use somente a tecla **TAB** (ou tecla de parágrafo) para caminhar nos campos dos itens **1. IDENTIFICAÇÃO** e **3. OFERECIMENTO AOS CURSOS**.
6. Use a tecla **ENTER** para incluir novas linhas nos itens **4. UNIDADES E ASSUNTOS** e **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**.
7. O plano analítico deve conter, de forma discriminada, o número de aulas dedicadas a cada tópico, teóricos e práticos, dos conteúdos. Favor observar tabela abaixo:

Carga horária Semestral	Nº de aula por Semanal	Nº de aula por Semestral
16:40:00	1	20
33:20:00	2	40
50:00:00	3	60
66:40:00	4	80
83:20:00	5	100
100:00:00	6	120

APROVADO PELO DEPARTAMENTO:

_____ REUNIÃO, DE ____/____/____.

ATA N.º ____/____.

APROVADO PELA CÂMARA DE ENSINO:

_____ REUNIÃO, DE ____/____/____.

ATA N.º ____/____.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
CAMPUS FLORESTAL

Nº:

FOLHA:

RUBRICA:

PROPOSTA DE PROGRAMA ANALÍTICO DE DISCIPLINA
CURSOS TÉCNICOS

DISCIPLINA: Comercialização e Marketing	CÓDIGO: CAL 040
---	---------------------------

UNIDADES E ASSUNTOS

AULAS TEÓRICAS	Nº DE HORAS-AULA:
----------------	-------------------

Seqüência	Aulas Teóricas	Horas/Aula
1	Comercialização 1.1. Conceitos básicos de Comercialização 1.2. Conceitos básicos de economia. 1.3. Comercialização e o agronegócio 1.4 Mercados agroindustriais	5
2	Marketing 2.1. Conceitos básicos de marketing 2.2. Estratégias de marketing 2.3. Pesquisa mercadológica 2.4 Plano de marketing	15
3	O Agronegócio 3.1. O agronegócio brasileiro 3.2. Perspectivas do agronegócio 3.3 Cadeias produtivas	10
4	Canais de Distribuição 4.1. Estrutura de canais de distribuição 4.2. Gestão de canais de distribuição	10

AULAS PRÁTICAS	Nº DE HORAS-AULA:
----------------	-------------------

APROVADO PELO DEPARTAMENTO:

_____ REUNIÃO, DE ____/____/____.

ATA N.º ____/____.

APROVADO PELA CÂMARA DE ENSINO:

_____ REUNIÃO, DE ____/____/____.

ATA N.º ____/____.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
CAMPUS FLORESTAL

Nº:

FOLHA:

RUBRICA:

PROPOSTA DE PROGRAMA ANALÍTICO DE DISCIPLINA
CURSOS TÉCNICOS

DISCIPLINA:

Comercialização e Marketing

CÓDIGO:

CAL040

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIVRO(S) TEXTO(S)

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle. 5ª Ed. - São Paulo: Atlas, 1998. 01 exemplar.

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução a Teoria Geral da Administração. São Paulo; Campus, 2004. 14 exemplares.

OUTRAS REFERÊNCIAS

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. Teoria Geral da Administração. São Paulo; Atlas, 2008. 23 exemplares

MENDES, Jerônimo. Manual do Empreendedor: Como construir um empreendimento de sucesso. São Paulo: Atlas, 2009. 03 exemplares

Apostilas. Plano de Negócios. SEBRAE.

APROVADO PELO DEPARTAMENTO:

_____ REUNIÃO, DE ____/____/____.

ATA N.º ____/____.

APROVADO PELA CÂMARA DE ENSINO:

_____ REUNIÃO, DE ____/____/____.

ATA N.º ____/____.