



Serviço Público Federal  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense  
Pró-Reitoria de Ensino

<b>DISCIPLINA: Marketing Agroindustrial</b>	
<b>Vigência:</b> a partir de 2023/1	<b>Período letivo:</b> 5º semestre
<b>Carga horária total:</b> 30h	<b>Código:</b> SUP.1244
<b>CH Extensão:</b> NSA	<b>CH Pesquisa:</b> NSA
<b>CH Prática:</b> NSA	<b>%EAD:</b> NSA
<b>Ementa:</b> Fundamentos marketing (composto mercadológico). Segmentação de mercado, posicionamento do mercado. Comportamento do consumidor. Desenvolvimento do Produto. Pesquisa de marketing.	

### Conteúdos

#### UNIDADE I – Conceitos e Definições

1.1 Significado e principais conceitos em marketing

1.2 Orientações de marketing

1.3 Ambiente de marketing

#### UNIDADE II – Segmentação e Posicionamento

2.1 Segmentação de mercado

2.2 Posicionamento

#### UNIDADE III – Composto de Marketing

3.1 Composto e importância

3.2 Desenvolvimento do composto

#### UNIDADE IV – Comportamento do Consumidor

4.1 O processo de compra do consumidor

4.2 Pesquisa de consumo

### Bibliografia básica

GIOIA, Ricardo M. (Coord.); CROCCO, Luciano; et al. **Fundamentos de Marketing**: conceitos básicos. 2. ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2010. 169p. (Coleção de marketing; v. 1).

KLOTER, Philip. **Administração de Marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo, SP: Atlas, 1998. 726p.

SILVA, Adelphino Teixeira da. **Administração Básica**. 6. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2013. xxvi, 765p.

### Bibliografia complementar

BATALHA, Mário Otávio. (Coord.) **Gestão Agroindustrial**. v. 1. 3. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2007. xxii, 770p.

COBRA, Marcos. **Administração de Marketing no Brasil**. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2014. xxi, 428p.



Serviço Público Federal  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense  
Pró-Reitoria de Ensino

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2013. xxvi, 765p.

KOTLER, Philip; BARRETO, Ina Futino; CRESCITELLI, Edson; KELLER, Kevin Lane; CAIRO, Sabrina. Marketing **Essencial**: conceitos, estratégias e casos. São Paulo, SP: Editora Pearson, 2013. 456p. (livro eletrônico).

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing**: conceitos, exercícios, casos. 9 ed. São Paulo, SP: Atlas, 2007. 376p.