


**Ficha 1 (permanente)**

Disciplina: <b>MERCADO E AGRONEGÓCIO</b>							Código: <b>OC328</b>
Natureza: ( ) Obrigatória (X) Optativa		(X) Semestral ( ) Anual ( ) Modular					
Pré-requisito: <b>NÃO TEM</b>		Co-requisito: <b>NÃO TEM</b>	Modalidade: (X) Presencial ( ) Totalmente EaD ( ).... % EaD*				
<b>CH Total: 30</b> <b>CH semanal: 02</b>	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0	
<b>EMENTA (Unidade Didática)</b> A conjuntura atual e as tendências do agronegócio no mundo, no Brasil, na região Sul e no Paraná. Estudos dos principais mercados, produtos, indústrias e cooperativas. Comunicação e marketing aplicados ao agronegócio.							
<b>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente:</b> <u>Mário Messagi Junior.</u> <b>Assinatura:</b> 							

\*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

CALLADO, Antônio André Cunha. Agronegócio. S. Paulo: Atlas, 2005.

MEGIDO, J. L. T. e XAVIER, C. Marketing & Agrobusiness. São Paulo: Atlas, 2003.

NEVES, M.F.; THOMÉ E CASTRO, L (orgs.). Marketing e estratégia em agronegócios e alimentos. São Paulo: Atlas, 2003.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

KOTLER, P. Marketing essencial: conceitos, estratégias e casos. 2ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

NEVES, M. F. Agronegócios e Desenvolvimento Sustentável: Uma Agenda para a Liderança Mundial na Produção de Alimentos e Bioenergia. São Paulo: Atlas, 2007.

YANAZE, Mitsuru Higuchi. Gestão de Marketing e Comunicação: Avanços e Aplicações. São Paulo: Saraiva, 2011.