

Universidade Federal do Ceará
Centro de Ciências Agrárias
Departamento de Economia Agrícola

PLANO DE ENSINO DE DISCIPLINA

Ano/Semestre
2015.1

1. Identificação		
1.1. Unidade Acadêmica: Centro de Ciências Agrárias		
1.2. Curso(s): Agronomia		
1.3. Nome da Disciplina: Comercialização e Marketing Agrícola	Código: AB0078	
1.4. Professor(a): José Newton Pires Reis e Francisco José Silva Tabosa		
1.5. Caráter da Disciplina: () Obrigatória (X) Optativa		
1.6. Regime de Oferta da Disciplina: (X) Semestral () Anual () Modular		
1.7. Carga Horária (CH) Total: 64	CH Teórica: 64	CH Prática:

2. Justificativa:

Para uma melhor compreensão dos principais problemas de comercialização agrícola, sem perder de vista as suas fortes interações com o marketing e com os diversos setores da cadeia de produção, a disciplina sintetiza as teorias fundamentais ao conhecimento econômico que explicam e capacitam para inferências nas atividades relacionadas ao comércio de produtos de origem agropecuária.

3. Ementa:

Significado da comercialização. Particularidades do produto e da produção agrícola e suas inter-relações com a comercialização. Análise da influência das estruturas de mercado na formação de preços agrícolas. Análise de sazonalidade. Margem de comercialização. Relação de troca. Efeitos das políticas macroeconômicas na comercialização agrícola: monetária, fiscal e cambial. Comercialização para agricultura familiar: PAA/PNAE, Comércio justo e solidário. Princípios de ética e liderança. Introdução ao marketing. Composto de marketing (produto, preço, ponto e promoção).

4. Objetivos – Geral e Específicos:

- Compreender a organização, estrutura e funcionamento do sistema de comercialização de produtos agrícolas;
- Calcular e interpretar as variações de preços agrícolas custos e margens de comercialização;
- Conhecer de forma geral as políticas agrícolas nacional e regional;
- Conhecer os conceitos básicos de direito agrário.

5. Descrição do Conteúdo/Unidades:

Unidades e Assuntos das Aulas Teóricas	Semana	Nº horas-aulas
1 - SIGNIFICADO DA COMERCIALIZAÇÃO 1.1 - Conceitos e importância 1.2 - Canais, agentes e funções de comercialização	1	4h
2 - PARTICULARIDADES DO PRODUTO E DA PRODUÇÃO AGRÍCOLA E SUAS INTER-RELAÇÕES COM A COMERCIALIZAÇÃO 2.1 - O agronegócio e a agricultura familiar no Brasil 2.2 - Características dos produtos agropecuários 2.3 - Características da produção agropecuária 2.4 - Análise da influência das estruturas de mercado na formação de preços agrícolas	2 e 3	8h
3 - ANÁLISE DE SAZONALIDADE 3.1 - Método da média geométrica móvel	4 e 5	8h
4 - MARGEM DE COMERCIALIZAÇÃO 4.1 - Margem bruta e relativa 4.2 - Margem de atacado, varejo e total 4.3 - Margem para produtos processados 4.4 - Fatores que afetam as margens	6 e 7	8h
5 – RELAÇÃO DE TROCA 5.1 – Deflacionamento dos preços com inflação 5.2 – Análise de tendência 5.3 – Termos de troca	8, 9 e 10	12h
6 – EFEITOS DAS POLÍTICAS MACROECONÔMICAS NA COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA 6.1 – Política monetária 6.2 – Política fiscal 6.3 – Política cambial	11 e 12	8h
7 – COMERCIALIZAÇÃO PARA AGRICULTURA FAMILIAR 7.1 – PAA/PNAE 7.2 – Comércio justo e solidário 7.3 – Ética e liderança	13 e 14	8h
8 – Composto de marketing (produto, preço, ponto e promoção) 8.1 – Produto 8.2 – Preço 8.3 – Ponto 8.4 – Promoção	15 e 16	8h

6. Metodologia de Ensino

- Exposição oral com debate, exposição pelos alunos e seminários;
- Resolução de exercícios, visitas de estudo e palestras proferidas por técnicos de órgãos públicos vinculados ao setor agrícola.

7. Atividades Discentes

8. Avaliação

A avaliação segue os critérios da UFC e tem como objetivo, muito mais que cumprir uma exigência da Universidade, proporcionar condições para fixar os conceitos estudados e verificar o seu grau de aprendizagem.

DESAFIOS: disponibilizados on-line pelo professor para serem realizados pelos alunos e entregues individualmente exclusivamente e impressos até a data da Prova seguinte. Estes desafios terão pesos de 10% na média do aluno.

SEMINÁRIOS: desenvolvidas pelos alunos em 3 (três) equipes com Temas previamente estabelecidos. Estes Seminários terão pesos de 20% na média do aluno.

PESQUISAS: Projetos de Pesquisas na área de fruticultura desenvolvidos e apresentados publicamente pelos alunos em 3 (três) equipes previamente estabelecidas. Estas Pesquisas terão pesos de 20% na média do aluno.

PROVAS: são avaliações compostas de questões discursivas e/ou objetivas. Serão realizadas três provas, com peso de 50% na média do aluno. As provas vão acumulando os conteúdos ao longo da disciplina. Durante as provas podem ser consultados quaisquer materiais: livros, apostilas, anotações em cadernos, computadores, internet etc.

A Avaliação Final é feita individualmente e sem consulta.

9. Bibliografia Básica e Complementar

Bibliografia Básica

BRANDT, S.A. **Comercialização Agrícola**. São Paulo: Livro Ceres, 1980. 185p.

MARQUES, P.V.; AGUIAR, D.R.D. **Comercialização de Produtos Agrícolas**. São Paulo: EDUSP, 1993. 295p.

BARROS, G.S.C. **Economia da Comercialização Agrícola**. Piracicaba: FEALQ, 1987. 306p.

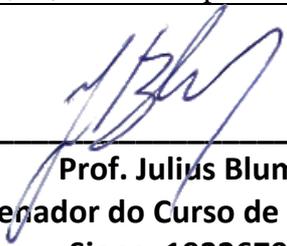
STEELE, H.L. et al. **Comercialização Agrícola**. São Paulo: Atlas, 1971. 443 p.

Bibliografia Complementar:

REIS, J.N.P; CAMPOS, K.C. CAPACITAÇÃO DA JUVENTUDE RURAL CEARENSE EM INFORMÁTICA E NA GESTÃO E COMERCIALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO AGROPECUARIA FAMILIAR – Apostila Módulo II: Gestão e Comercialização da Produção Agropecuária Familiar. Departamento de Economia Agrícola/UFC Virtual, 2012. 124p.

TEIXEIRA, E.C.; AGUIAR, D.R.D. Comércio internacional e comercialização agrícola. São Paulo: Finep/Fepamig, 1995. 328 p.

MENDES, J.T.G.; PADILHA JÚNIOR, J.B. Agronegócio - uma Abordagem Econômica. São Paulo: Prentice Hall, 2007. 384p.


Prof. Julius Blum

Coordenador do Curso de Agronomia

Siape: 1932679