

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

| | | |
|--------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| CÓDIGO: | COMPONENTE CURRICULAR: ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM NUTRIÇÃO E <i>MARKETING</i> | |
| UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE MEDICINA | SIGLA: FAMED | |
| CH TOTAL TEÓRICA: 15 HORAS | CH TOTAL PRÁTICA: 75 HORAS | CH TOTAL: 90 HORAS |

OBJETIVOS

- Aplicar os conhecimentos adquiridos no decorrer do curso, especialmente os referentes à Nutrição e *Marketing*.
- Identificar objetivos e atividades das empresas envolvidas com a Nutrição;
- Avaliar o desenvolvimento de novos alimentos;
- Avaliar o perfil de consumidores;
- Orientar adequadamente o consumidor sobre produtos alimentícios;
- Elaborar rotulagem de alimentos;
- Desenvolver Plano de *marketing* nutricional de empresas.

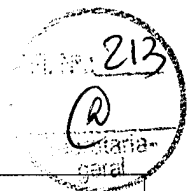
EMENTA

Marketing e Nutrição.

PROGRAMA

- Atuação do nutricionista em *marketing*;
- Mercado de consumo, segmentação e produtos;
- Identificação de objetivos e atividades das empresas envolvidas com a Nutrição;
- Avaliação qualitativa e desenvolvimento de novos alimentos;
- Perfil de consumidores e Serviços de Atendimento ao Consumidor (SAC);
- Técnicas de orientação ao consumidor na orientação adequada sobre produtos alimentícios;
- Código de defesa do consumidor, rotulagem de alimentos;
- *Marketing* científico;
- Plano de *marketing* nutricional de empresas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA



BULGARELLI, W. **Questões contratuais no código de defesa do consumidor**. 3ª. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

CHURCHILL JÚNIOR, G. A. **Marketing: criando valor para o cliente**. São Paulo: Saraiva, 2000.

DUTRA-DE-OLIVEIRA, J. E.; MARCHINI, J. S. **Ciências Nutricionais**. São Paulo: Sarvier, 2000.

KOTLER, P. **Administração em marketing – análise, planejamento, implementação e controle**. 8ª. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

OLIVEIRA, J.C. **Código de proteção e defesa do consumidor**. Leme: LED, 1998.

ROCHA, A.; CHRISTENSEN, C. **Marketing, teoria e prática no Brasil**. São Paulo: Atlas, 1995.

WESTWOOD, J. **O plano de marketing**. 2ª. ed. São Paulo: Makron Books, 1997.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia Alimentar para a população brasileira: promovendo a alimentação saudável**. Brasília: Ministério da Saúde, 2006. 210p.

FAO/ OMS – **Manual das necessidades nutricionais humanas**. Organização de Alimentos e Agricultura das Nações Unidas – FAO. Organização Mundial da Saúde – OMS. São Paulo: Atheneu, 2004.

GARCIA, E. M. **Atendimentos sistematizados em nutrição**. São Paulo: Atheneu, 2005.

ISOSAKI, M.; CARDOSO, E. **Manual de dietoterapia e avaliação nutricional**. São Paulo: Atheneu, 2004.

MAHAN, L. K.; ESCOTT-STUMP, S. **Krause: alimentos, nutrição e dietoterapia**. São Paulo: Rocca, 1998.

MICHEL, O. **Reeducação alimentar sinônimo de saúde perfeita**. São Paulo: LTR, 2001.

PHILIPPI, S. T. **Tabela de composição de alimentos: suporte para decisão nutricional**. Brasília: ANVISA, FINATEC/ NUT – UNB, 2001.

APROVAÇÃO

06 / 05 / 12

Universidade Federal de Uberlândia
Carimbo e assinatura do Coordenador do Curso
Prof. Luana Padua Soares
Coordenadora do Curso de Graduação em Nutrição
Portaria R Nº 856/11

11, 06, 2012

Universidade Federal de Uberlândia
Carimbo e assinatura do Diretor da
Prof. Lenir Grego Taubert
Diretor da Unidade Acadêmica
Portaria R nº 674/09