



## FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

|  |   |                              |
|--|---|------------------------------|
| <b>CÓDIGO:</b>   | <b>COMPONENTE CURRICULAR:</b><br>Marketing de Alimentos |                              |
| <b>UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE:</b><br>Faculdade de Medicina | <b>SIGLA:</b><br>FAMED                                  |                              |
| <b>CH TOTAL TEÓRICA:</b><br>15 horas                         | <b>CH TOTAL PRÁTICA:</b><br>0 horas                     | <b>CH TOTAL:</b><br>15 horas |

### 1. OBJETIVOS

Ser capaz de refletir sobre sua prática profissional.

Atuar ativamente no processo de aprendizagem.

Ouvir e respeitar os diferentes pontos de vista, estimulando manifestações, conhecimentos e formas de fazer distintas.

Tomar decisões considerando os conflitos de interesse existentes no contexto de sua atuação profissional.

Planejar e executar atividades em marketing de alimentos de acordo com as necessidades dos consumidores.

Identificar conflitos de interesse entre a indústria de alimentos e a sociedade.

### 2. EMENTA

Introdução ao Marketing. Definição e histórico do Marketing de Alimentos. Desenvolvimento de novos produtos. A indústria alimentícia e o marketing de alimentos. Atuação do Nutricionista na área de Marketing. Rotulagem de alimentos.

### 3. PROGRAMA

Introdução ao marketing, com ênfase em marketing de alimentos.

Desenvolvimento de novos produtos.

Atuação do Nutricionista em Marketing na área de alimentação e nutrição

A indústria alimentícia e o marketing de alimentos.

Comportamento dos consumidores de alimentos.

Estratégias em marketing de alimentos.

Embalagens em marketing de alimentos.

Rotulagem de alimentos (rotulagem geral, rotulagem nutricional e outras legislações pertinentes na área de alimentos).

### 4. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

SILVA, E.M.M. **Marketing para quem entende de nutrição**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Rubio, 2014.

PETER, J. P. **Introdução ao marketing**: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2009.

GARCIA, S. **Marketing para cursos superiores**. 1. ed. São Paulo: Editora Blucher, 2019.

## 5. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

HONORATO, G. **Conhecendo o marketing**. 1. ed. Barueri: Editora Manole, 2004.

ZENONE, L. C. **Marketing**: conceitos, ideias e tendências. 1. ed. [S./]: Editora Grupo GEN, 2012.

SILVA, A. M. D.; VASCONCELOS, L. R. **A criança e o marketing**: informações fundamentais para proteger as crianças dos apelos do marketing infantil. 1. ed. São Paulo: Editora Summus, 2012.

OTTMAN, J.A. **As novas regras do marketing verde**: estratégias, ferramentas e inspiração para o branding sustentável. São Paulo: M. Books, 2012.

DARREN, B. **Neuromarketing**: como a neurociência aliada ao design pode aumentar o engajamento e a influência sobre os consumidores. São Paulo: Editora Autêntica Business, 2017.

## 6. APROVAÇÃO

Marina Rodrigues Barbosa

Catarina Machado Azeredo

Coordenadora do Curso de Graduação em Nutrição Diretora da Faculdade de Medicina



Documento assinado eletronicamente por **Marina Rodrigues Barbosa, Coordenador(a)**, em 16/12/2022, às 15:41, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Catarina Machado Azeredo, Diretor(a)**, em 21/12/2022, às 16:46, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://www.sei.ufu.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **3570461** e o código CRC **ADC2C4AB**.