

**COORDENAÇÃO DE EXTENSÃO, PESQUISA, PÓS-GRADUAÇÃO E CULTURA
– CEPEC**

PLANEJAMENTO DE CURSO DE EXTENSÃO

NOME DO CURSO: PRÁTICAS COMERCIAIS NO AGRONEGÓCIO		PERÍODO DE VIGÊNCIA: 10/09 A 01/10	ANO: 2022/2
PROFESSOR (A) RESPONSÁVEL: DRAS. DÉBORA CANUTO E ALINE G DE OLIVEIRA			
CARGA HORÁRIA SEMESTRAL			
AULAS TEÓRICAS (presencial)	ATIVIDADES EXTRACLASSE E/OU PRÁTICAS	CARGA HORÁRIA TOTAL	ENCONTROS SEMANAIS
24	6	30	2

EMENTA

Proporcionar ferramentas necessárias para a efetiva gestão do agronegócio no cenário atual mercadológico. A viabilidade técnica, financeira e econômica da área perpassa pela capacidade dos profissionais estarem preparados para atuar no espaço digital. Assim, é a qualidade técnica, do planejamento, perfil dos profissionais atuantes, e ainda, a capacidade de pertencimento ao mercado atual que possibilita o crescimento deste setor. Conceitos e-commerce e agronegócio, evolução do comportamento do consumidor, perfil do consumidor no mundo digital e principais ferramentas, CRM e Soft Skills serão os temas abordados nesse curso de extensão, buscando oferecer aos discentes ferramentas para atividades comerciais na agropecuária.

JUSTIFICATIVA

O Triângulo Mineiro é composto por 66 municípios totalizando cerca de dois milhões e quatrocentos mil habitantes.(IBGE,2022) É uma região do estado de Minas Gerais, localizada em uma posição estratégica no centro do Brasil, dado sua potencialidade de distribuição e produção agroindustrial .

Araguari é uma das cinco maiores cidades da Mesorregião, possuindo divisa com o maior centro urbano deste conglomerado, Uberlândia.(IBGE,2022)

Nesse sentido é importante mencionar que se trata de uma das principais regiões produtivas do agronegócio nacional, destacando-se no cultivo e processamento de grãos (soja, milho, trigo), café, cana-de-açúcar e na criação de rebanho bovino voltado para corte e leite. Ainda sobre o aspecto econômico, destaca-se a significância das indústrias, comércio e serviços direcionados a essa cadeia produtiva.(SANTOS, 2019)

Dando considerável desenvolvimento ao setor tem-se a malha rodoviária e ferroviária possibilitando o acesso destes produtos aos principais mercados econômicos do país, ao Mercosul e ao Mundo, o que fortalece a capacidade de escoamento e venda destas produções.

Arelado a tudo isso está o cenário do agronegócio, mundialmente falando, o qual está cada vez mais pautado em conhecimentos e pesquisas agrônomicas, projetos para alcançar crédito para custeio e investimento, comercialização, na formação de mão-de-obra qualificada e da construção e ampliação/modernização de sistemas logísticos (ferrovias, rodovias, hidrovias, portos).(BUAINAIN et al., 2014)

Por isso, existe a necessidade de capacitar os profissionais da área do agronegócio, sobretudo na forma de comercializar estes produtos e serviços, pois o fato desta agropecuária científica e globalizada, formada por grandes empresas em conjunto com o Estado, representa também investimentos vultosos no sentido de viabilizar a condições de competição na distribuição destes commodities internacionalmente.(CASTILLO,2011; FREDERICO, 2010).

Por fim, a região é potencial demandante destes conhecimentos, e dessa forma, justifica-se a oferta de um curso que possa trazer a luz algumas técnicas atuais de vendas.

OBJETIVO GERAL – EXPECTATIVA DA APRENDIZAGEM

Apresentar a comunidade acadêmica relacionada ao mercado do agronegócio como integrar conhecimentos técnicos à prática de empreender.

CURSOS VINCULADOS

Agronomia, Medicina Veterinária e Administração

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

DATA E HORÁRIO	CONTEÚDO/TEMA	ATIVIDADE/AVALIAÇÃO
10/09/2022 2 08:30 - 12:30 (4hs)	Bastidores do e-commerce no Agronegócio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aula dialogada e expositiva. ✓ Atividade com abordagens práticas do e-commerce. ✓ Presencial.
10/09/2022 2 13:30 - 17:30 (4hs)	Evolução do comportamento do consumidor no Agronegócio (convidado especial – trade)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aula dialogada e expositiva. ✓ Atividade com estudo de caso do cenário local do desenvolvimento comercial ✓ Presencial.
17/09/2022 2 08:30- 12:30 (4hs)	Como se preparar para vender no metaverso do Agronegócio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aula dialogada expositiva. ✓ Atividades: dinâmicas de venda. ✓ Presencial.
17/09/2022 2 13:30- 17:30 (4hs)	Storytelling para redes sociais: como utilizar para engajar o público do Agronegócio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aula dialogada expositiva. ✓ Atividade: análise de estudo de caso ✓ Presencial.
01/10/2022 2 08:30 - 12:30 (4hs)	Atendimento humanizado no mundo do Agronegócio digital	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aula dialogada expositiva. ✓ Atividades: dinâmica de abordagem humanizada. ✓ Presencial.
01/10/2022 2 13:30-17:30 (4hs)	Persona - o que é e como criar para sua carteira de venda/revenda. (convidado especial – trade)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aula dialogada expositiva. ✓ Atividades: Escolhendo a quem vender. ✓ Presencial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, M. J. Fundamentos de agronegócios. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- ARAÚJO, N. B. de; WEDEKIN, I.; PINAZZA, L. A. Complexo agroindustrial: o agribusiness brasileiro. São Paulo: Agroceres, 1990.
- BATALHA, M. O. Gestão Agroindustrial. São Paulo: Atlas, 2001. v.1 e 2.
- FLORES, A.; W.; RIES, L. R.; ANTUNES, L. M. Gestão rural. Rio de Janeiro: Planejar, 2006.
- MARQUES, P.V.; AGUIAR, D.R.D.de. Comercialização de produtos agrícolas. São Paulo: EDUSP, 1993.
- MARQUES, P.V.; MELLO, P.C.de. Mercados futuros de commodities agropecuárias. São Paulo: Bolsa de Mercadorias & Futuros, 1999.
- MEGIDO, J. L. T.; XAVIER, C. Marketing e agribusiness. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990.
- REIS, A.J. dos. Comercialização agrícola. Lavras: ESAL, 1979.
- SOUZA, N. de J. de. Desenvolvimento econômico. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- ZYLBERSZTAJN, D.; FAVA, R.. Gestão da qualidade no agribusiness. São Paulo: Atlas, 2003
- DIEHL R.C. Inserção do agronegócio no mercado internacional [recurso eletrônico] / Ronei Tiago Stein... [et al.] ; revisão técnica:. – Porto Alegre : SAGAH, 2021.
- ZUIN, L.F.S e QUIROZ, T.R. Agronegócios: gestão, inovação e sustentabilidade. 2. ed. – São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

