



Ministério da Educação  
Universidade Federal do Amazonas  
Coordenação Acadêmica - ISB

## EMENTA

### ISN0100 - MARKETING EM ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO

45 horas | Crédito: 3.3.0 | Pré - Requisito: ISN054

#### EMENTA

Fundamentos de marketing. Comportamento do consumidor de alimentos e fatores de influência. Características de produto e mercado. Estratégias de marketing de alimentos. Políticas de comunicação e marketing de alimentos. Embalagem de produtos alimentícios como ferramenta de marketing. Legislação em marketing de alimentos. Rotulagem de alimentos. Marketing social em alimentos. Marketing de alimentos e o meio ambiente.

#### OBJETIVOS

##### GERAL

Estudar os fundamentos de marketing e relacioná-los com a atuação do nutricionista no mercado de trabalho.

##### ESPECÍFICOS

1. Estudar a influência do marketing na escolha do consumidor.
2. Verificar a importância do marketing na rotulagem de alimentos.
3. Aprender as principais estratégias de marketing aplicadas nos alimentos.

#### REFERÊNCIAS

##### BÁSICAS

1. LIMEIRA, T. M. V. Comportamento do consumidor brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2008. 380 p.
2. PINHEIRO, R. M., CASTRO, G. C., SILVA, H. H., NUNES, J. M. G. Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado. 3. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006. 164 p.
3. SCHIFFMAN, L. G.; KANUK, L. L.; ALENCAR, D. C. (Trad.). Comportamento do consumidor. Rio de Janeiro: LTC, 2009. 445 p.

##### COMPLEMENTARES

1. Brasil. Agência nacional de Vigilância Sanitária. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/registros-eautorizacoes/alimentos/produtos/rotulagem>>
2. BRASIL. ANVISA. Rotulagem nutricional obrigatória: manual de orientação aos Consumidores Alimentos. Brasília, 2005. p 17.
3. BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Manual Monitoramento de Propaganda de Produtos Sujeitos à Vigilância Sanitária. Brasília: 2005.

4. BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde Departamento de Atenção Básica A Saúde Pública e a Regulamentação da publicidade de alimentos. Brasília. DF, 2005.
5. BRASIL. Ministério da saúde. Secretaria de atenção à saúde. A legislação e o marketing de produtos que interferem na amamentação: um guia para o profissional de saúde. Brasília: Ministério da Saúde, 2009. 113p.

Coari, 27 de setembro de 2019



Documento assinado eletronicamente por **Gustavo Bernardes Fanaro, Coordenador de Curso**, em 09/10/2019, às 16:12, conforme horário oficial de Manaus, 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://sei.ufam.edu.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufam.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0033367** e o código CRC **712F5496**.

Estrada Coari-Mamiá - Bairro Espírito Santo nº 305 - Telefone: (92) 3305-1181 / Ramal 2193  
CEP 69.460-000, Coari/AM, [caisb@ufam.edu.br](mailto:caisb@ufam.edu.br)

Referência: Processo nº 23105.005662/2019-11

SEI nº 0033367