

## AGRIBUSINESS, MARKETING & COMMERCE

### Matriz Curricular

Modalidade - LIVE	
Dias da Semana	Terças e Quintas
Horários	19h – 22h30
Duração	12 meses
Carga Horária	360 horas síncronas (Via Zoom) + 20 horas assíncronas (Via moodle) = total 380 horas

**Público-alvo:** Empreendedores, profissionais que já atuam, ou não, em algum segmento do agronegócio, alunos formados em diversas áreas acadêmicas objetivando canalizar seu foco empresarial, carreiras, dentro do universo do agronegócio em todas as suas possibilidades e ao mesmo tempo obter o “estado da arte da gestão do complexo do agronegócio”, com ênfase nas políticas e práticas do comércio de alimentos, fibras, rações, agroenergia e o biocomércio.

**Perfil Do Egresso:** Preparado com as competências necessárias para ser um gestor em organizações do complexo do agronegócio, no antes, dentro ou pós porteira das fazendas, da mesma forma no cooperativismo, associativismo, ONGs, mídia, nas funções públicas e/ou privadas, em organizações da sociedade civil, com valor agregado de práticas de comércio para aplicação em iniciativas próprias empreendedoras e/ou desenvolvimento de suas carreiras.

### Objetivos Do Curso:

- Entender as principais interfaces do agronegócio brasileiro, principalmente os aspectos comerciais que se desdobram em um contexto globalizado público e privado.
- Capacitar para entendimento dos aspectos comerciais das empresas agroindustriais, instrumentalizando seus gestores com ferramentas gerenciais de finanças, economia, administração e contabilidade.
- Desenvolver competências que promovam a eficiência e eficácia da gestão comercial no contexto do agro globalizado.
- Compreender o estado atual do agronegócio no planeta, as guerras comerciais, as relações de interdependência do complexo agro empresarial, a fome, o desperdício e as projeções para os próximos anos com os 17 objetivos do desenvolvimento sustentáveis da ONU.

- Preparar gestores para a bioeconomia onde o meio ambiente e a saúde compõem o agronegócio contemporâneo conectados ao comércio mundial.

### **Metodologias De Aprendizagem:**

- Aulas expositivas dialogadas com professores e convidados;
- Estudos de caso;
- Ensino com pesquisas;
- *Design thinking*

### **Métodos De Avaliação**

A avaliação ocorrerá de forma contínuo e será aplicada pelos professores das disciplinas. Os instrumentos de avaliação poderão ser diversos, mas não se limitando à:

- Atividades desenvolvidas pelo estudante de forma individual e em equipes;
- Avaliações objetivas e dissertativas;
- Entrega de relatórios técnicos;
- Apresentação de casos, projetos e ou soluções para problemas e questões apresentados pelo professor.

### **Currículo Dos Coordenadores:**

#### **Prof. Roberto Flores Falcão - Coordenador**

Doutor (2018) e Mestre (2014) em Administração de Empresas pelo PPGA da FEA/USP, com ênfase em Marketing. Graduado em Administração de Empresas pela Universidade de São Paulo (2008), pós-graduado em Direito do Trabalho (2009) e especialista em Direito Civil e Direito do Consumidor (2010) pela EPD. Tem longa experiência em administração de negócios, com destaque para a atuação no varejo e ênfase em Marketing, Marketing de Serviços e Planejamento Estratégico. É professor em cursos de graduação (Administração, Relações Internacionais e Comunicação Social) da FECAP e do IBMEC, do MBA Marketing da FIA e da ESPM, e do Mestrado Profissional em Administração do Centro Universitário ALFA (GO). Professor convidado do curso Strategy and Marketing for Emerging Countries, ministrando aulas em inglês para alunos estrangeiros. Atua como palestrante e consultor na área de estratégia, marketing e gestão de serviços, especialmente para empresas de menor porte. Foi coordenador do curso de Administração e de Ciências Contábeis da faculdade FADISP, elaborando o PPC dos cursos e acompanhando visitas in loco (INEP) de recredenciamento dos cursos. Possui diversos artigos sobre empreendedorismo e administração de pequenos negócios. Também atuou em diversos projetos relacionados à Educação a Distância no SENAC, na FIA, na International Business School of São Paulo e no Grupo PlanoB.

**Prof. José Luiz Tejon Megido – Coordenador Adjunto**

Doutor em Educação pela Ude Uruguay; Mestre em Arte, Educação e História da Cultura pela Universidade Mackenzie; Jornalista e publicitário pela fundação Casper Líbero. Especialista em marketing na Pace University Nova Iorque; em Agribusiness na Harvard Business School, em New Mídia no MIT e em Liderança no Insead. Foi professor de pós-graduação por 30 anos na ESPM e por 5 anos no CEAG da FGV. Professor convidado de instituições como Fundação Dom Cabral, Fgv incompany, Fia-Pensa / Usp, Insper. Foi diretor das empresas como Jacto S/A, Agroceres S/A, grupo do Jornal o Estado de São Paulo Responsável pelo segmento brasileiro no master science Fam, food & agribusiness management na Audencia Business School, Nantes, França. Coordenador do Agribusiness Center da FECAP.

**Conteúdos:****Módulo 1: Agribusiness O Conceito Compreendido E Aplicado****Unidade Curricular 1. Visão Geral Do Agronegócio No Brasil. (30h)**

- Definição de agronegócio, sua relevância econômica, social e ambiental;
- O impacto do agronegócio no PIB de diferentes países;
- Os principais atores do agronegócio brasileiro, suas relações, pontos fortes e fracos.
- Tendências do agronegócio brasileiro para os próximos anos.
- Os princípios básicos do Cooperativismo

**Unidade Curricular 2. Análise De Dados De Agronegócio (30h)**

- Apresentação teórico-prática de ferramental estatístico para a análise de dados no ambiente de agribusiness;
- Bases de dados em agribusiness e economia
- Estatística descritiva;
- Introdução à probabilidade
- Regressão Linear Simples
- Regressão Linear Múltipla.

**Módulo 2 - Agribusiness Administração****Unidade Curricular 3. Aspectos Jurídicos Do Agronegócio (30h)**

- Introdução ao Direito do Agronegócio e o Regime Jurídico Rural;
- Direito Empresarial Aplicável ao Agronegócio e os Conflitos Sociais e Jurídicos;
- Sucessão Familiar e Governança Corporativa;
- Holding Familiar Rural e Práticas de Governança Corporativa/ESG;
- Princípios Contratuais e Contratos Agrícolas: Parceria Rural; Arrendamento Rural; Alienação Fiduciária; Hipoteca; Contrato de Barter e Agroindústria; Reestruturação do Produtor Rural em Crise: Recuperação Judicial e Reestruturação Administrativa;
- Propriedade Intelectual e Industrial no Agronegócio: Tecnologia, marcas e patentes no Agronegócio.

**Unidade Curricular 4. Logística Do Agronegócio Brasileiro (30h)**

- A logística dentro do contexto contemporâneo das cadeias de valor do agronegócio, incluindo elementos fundamentais para a competitividade dessas cadeias em nível nacional e internacional, com especial ênfase em estoque, instalações, transporte e tecnologia da informação.
- Logística no agronegócio e as revoluções na cabotagem, nos intermodais e estratégia de supply chain com origem assegurada.

**Unidade Curricular 5. Administração E Finanças para O Agronegócio (30h)**

- Alavancagem e riscos; Custos fixos, Custos Operacionais e Margem de Contribuição;
- Análise do Ponto de Equilíbrio; Análise do Capital de Giro;
- Ciclo Operacional e Ciclo Financeiro;
- Técnica de avaliação de projetos de investimentos.

**Unidade Curricular 6. Créditos para O Agronegócio (30h)**

- Oferta de Crédito no Brasil x Outros Países;
- Análise de Crédito: Definição e Importância;
- Definição de Agronegócio; Cenário do Agronegócio no Brasil; Composição da Cadeia Produtiva;
- Setores Mais Relevantes;
- Riscos e Variáveis na Concessão de Crédito PF/PJ;
- Gestão de Riscos;
- Garantias Usuais e Riscos Envolvidos PF/PJ

**Unidade Curricular 7. Mercado Financeiro – Proteção / Crédito para o Agro (30h)**

- Mercado de Capitais;
- Produtos Financeiros para Captação de Recursos no Agronegócio;
- Mercado Derivativos, Contratos a Termo, Futuro, Swap e de Opções;
- Utilização de Instrumentos Derivativos como Hedge;
- Contratos Valorados na Curva (Accrual) e com Marcação à Mercado;
- Cálculos Financeiros de Contratos Derivativos até o Vencimento e Liquidados Antecipadamente;
- Conceitos de Arbitragem e Não-Arbitragem;
- Aspectos Tributários.

**Módulo 3 - Marketing Agribusiness****Unidade Curricular 8. Fundamentos de Mkt (30h)**

- Introdução ao marketing contemporâneo;
- Sistema de Informação e o uso de dados em marketing;
- Segmentação de mercado e Posicionamento de marca;
- Marketing de serviços e centralidade no cliente;
- Marketing B2B; Planejamento de marketing

**Unidade Curricular 9. Marketing aplicado ao Agronegócio (30h)**

- Análise de mercado;

- Comportamento do produtor rural em seus vários segmentos, antes, dentro e fora da porteira;
- Branding, e canais de distribuição. Práticas inovadoras no mkt do agronegócio;
- Campanhas eficazes de marketing e de comunicação.

## **Módulo 4- Comércio Exterior Do Agro E As Bolsas De Valores**

### **Unidade Curricular 10. Comércio Exterior do Agro, e as bolsas de mercadoria (30h)**

- Desafio da exportação, políticas públicas e abertura de novos mercados China & Brasil;
- A importância da comercialização para a profissionalização do Agro;
- A economia verde: como afeta o Agro e pode andar junto com a sustentabilidade;
- Relações comerciais com Mercosul, União Européia e Estados Unidos, Oriente médio e Ásia.

## **Módulo 5. Produção, Qualidade, Risco E Cadeia de Valores No Agro.**

### **Unidade Curricular 11. Produção, qualidade, risco e cadeia de valores no agro**

- Fatores de produção das principais cadeias do agronegócio brasileiro;
- Qualidade de produtos e serviços na cadeia agrícola;
- Sustentabilidade dos recursos produtivos;
- Riscos específicos do agro.

## **Módulo 6. Genética E Agribusiness**

### **Unidade Curricular 12. Genética E Agribusiness**

- A contribuição da Genética para o melhoramento de plantas, animais e micro-organismos.
- A natureza da Genética é a do processamento e organização da Informação.
- O conceito de "fenótipo estendido".
- Evolução de produtos em geral no Mercado Consumidor, contribuindo com CRM e CX.
- O advento dos Processos de Automação e de Inteligência Artificial.
- Oportunidades para estudar e aplicar os conceitos de Genética e Evolução no Agronegócio.

## **Módulo 7: Geopolítica, Ongs E As Representações Empresariais Do Agro**

### **Unidade Curricular 13. Geopolítica, ONGS e as Representações do AGRO (30h)**

- Origem e evolução da agricultura;
- O Mapa atual da Proteína, da Energia, das Fibras no Mundo, é o mapa da posse e do uso da terra e da água;
- O impacto da ciência na evolução da agricultura;
- Inteligência de Marketing 4 w equação das necessidades dos beneficiários, com a capacidade de oferta dos fornecedores, e vice e versa;

- Reduzindo ineficiências e desperdícios, com meta *just in time*.
- Comunicação, mídia e redes sociais no agro.
- Sustentabilidade gestão e métricas.

**Conteúdos sujeitos a alterações em casos especiais a critério da Coordenação de cursos**