|  |
| --- |
| **IDENTIFICAÇÃO** |
| **Nome da Disciplina** | **PRODUTOS TÉCNICO-TECNOLÓGICOS E COMUNICAÇÃO DA PESQUISA PARA DIFERENTES PÚBLICOS** |
| **Obrigatória** | **Sim** |
| **Total de Créditos****(1 crédito = 15 horas)** | **3** |
| **Práticos** | **1** | **Teóricos** | **Presencial** | **1** |
| **Remoto Síncrono** | **1** |
| **Professor responsável** | **Adolfo Jatobá Medeiros Bezerra, Antonio Carlos Pedroso, Ivan Bianchi, Ricardo Evandro Mendes, Soraya Regina Sacco** |
| **Professores colaboradores** |  |
| **EMENTA**  |
| Conceitos. Definições e Descrição de Produtos Técnicos-Tecnológicos (PTT). Caracterizar tipos e subtipos de produtos e processos técnicos e tecnológicos desenvolvidos pelos programas de pós-graduação. Detalhamento dos produtos. Classificação e indicadores de produtos técnicos e tecnológicos. Avaliação da produção Técnica e Tecnológica. Relevância atribuída para cada produção técnica e agrupamento de produções semelhantes (Aderência, Impacto, Aplicabilidade, Inovação e Complexidade). Técnicas de comunicação. Marketing e comunicação pessoal e digital aplicadas ao agronegócio. Linguagem e comunicação escrita e verbal. Comunicação através das mídias digitais sociais e acadêmicas. |
| **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**  |
| BRUM, D. Comunicação assertiva: aprenda a arte de falar e influenciar. São Paulo: Ed. Literare Books International, 2021.CAPES. Relatório Grupo de Trabalho Produção Técnica. 2019. 81 p. Disponível em <https://www.gov.br/capes/pt-br/centrais-de-conteudo/10062019-producao-tecnica-pdf>.CIALDINI, R. **As armas da persuasão.** Rio de Janeiro:Sextante, 2012.GABRIEL, M. **Marketing na era digital**. São Paulo: Novatec, 2010.GIACOBBO, D.G.; FROTA, L.M. **Agro: o papel do agronegócio brasileiro nas novas relações econômicas mundiais.** Rio de Janeiro: Synergia, 2021.LONGO, W. Marketing e comunicação na era pós-digital: as regras mudaram. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018.MEGIDO, J. L.T.; XAVIER, C. Marketing & Agribusiness. São Paulo: Atlas, 1995.NEVES, M.F.; CASTRO, L.T. Marketing e Estratégia em Agronegócios e Alimentos. São Paulo: Atlas, 2003.SCHULER, M. **Comunicação estratégica.** São Paulo: Atlas, 2004. |