

UNICENTRO
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS E AMBIENTAIS
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA FLORESTAL

PLANO DE ENSINO

Curso: Engenharia Florestal

Disciplina: Gestão Empresarial e Marketing

C/H semanal: 3 h/a

Série: 3^a/6^o Sem.

Turno: Integral

Código: 031-DEF/I

C/H total: 51 h/a

EMENTA

Noções básicas de administração. Funções organizacionais: produção e operações, marketing, finanças e recursos humanos. Conceitos básicos do sistema e da administração de marketing. Planejamento estratégico. Comercialização. Análise de mercado.

I. OBJETIVOS

Prover o futuro engenheiro florestal com conhecimentos básicos de marketing direcionados ao setor florestal.

II. PROGRAMA

1º bimestre: Introdução ao Marketing. Conceitos básicos de marketing: classificação e definição; necessidades, desejos e demandas; produtos; utilidade, valor e relacionamento. Mercados. O ambiente de marketing: microambientes, empresa, fornecedores, intermediários, clientes, concorrentes, macroambientes. O consumidor: mercados, comportamentos do consumidor. Sistemas de informações. Estratégias para produtos florestais.

2º bimestre: Estratégias de promoção: comunicação e propaganda. Localização e posicionamento de um empreendimento. Marketing pessoal. Planejamento estratégico. Análise de mercado.

III. METODOLOGIA DE ENSINO

Aulas teóricas, discussões baseadas em tópicos de livros e artigos fornecidos pelo Professor e estudos de caso.

IV. FORMAS DE AVALIAÇÃO

Duas provas com peso de 50% cada.

V. BIBLIOGRAFIA

1. Básica

KOTLER, P. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. Atlas, 3^a 1996.

2. Complementar

RICHERS, R.; LIMA, C.P. Segmentação – opções para o mercado brasileiro. Nobel, 1991. 300 p.

Irati, 27 de julho de 2010

Professor: Gabriel de Magalhães Miranda.

Chefe de Departamento: Antonio José de Araujo.