



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2011	
Tp. Período	Segundo semestre	
Curso	ENGENHARIA FLORESTAL (110/I)	
Disciplina	1260/I - GESTÃO EMPRESARIAL E MARKETING	Carga Horária: 51
Turma	FLI/I	
Local	IRATI	

PLANO DE ENSINO

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

Básica

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

Complementar

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

APROVAÇÃO

Inspetoria: DEADM/I

Tp. Documento: Ata Departamental

Documento: 83

Data: 19/08/2011