



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

PROGRAMA DE DISCIPLINA

1. Disciplina: Marketing e Sustentabilidade

2. Código: ED0193

Caráter: obrigatória ( ) optativa ( X )

Número de Semanas:	Número de Créditos:	Carga Horária Total:	Carga Horária:		
			Teórica	Prática	EaD
16	4	64	32	32	0

3. Pré-requisito: ED0122 – Administração Mercadológica II

4. Objetivo(s):

- 4.1 Conscientizar os alunos sobre os problemas ambientais da atualidade;
- 4.2 Destacar a responsabilidade dos gestores organizacionais nesse cenário de mudanças;
- 4.3 Analisar o perfil do consumidor ambientalmente consciente e sua influência sobre as decisões mercadológicas das empresas;
- 4.4 Apresentar ações de sustentabilidade que já estão sendo implantadas por diversas organizações no mundo, e
- 4.5 Estimular a geração de pesquisas e publicações na área de Marketing e Sustentabilidade.

5. Ementa: Sustentabilidade: definição e dimensões; Os problemas ambientais da atualidade; A empresa responsável; O Novo Paradigma do Marketing Sustentável; The Green Marketing Mix.

6. Descrição do Conteúdo

6.1 Sustentabilidade

1. Definição;
2. Dimensões da Sustentabilidade;
3. Os Rs da Sustentabilidade;
4. Os Movimentos Ambientalistas;
5. Os Movimentos Empresariais.

6.2 Os problemas ambientais da atualidade

1. Os resíduos sólidos e as embalagens;
2. Coleta seletiva e reciclagem

6.3 A empresa responsável

1. Ética e lucro;
2. *Triple Bottom Line - People, Planet and Profit* (Pessoas, Planeta e Lucro);
3. O envolvimento dos *stakeholders*.

6.4 O Novo Paradigma do Marketing Sustentável

1. As gerações do Marketing: 1.0, 2.0 e 3.0;
2. Consumo e Cultura;
3. O novo Consumidor;
4. Comportamento de Compra Sustentável;
5. Segmentação e Posicionamento de Mercado,

6.5 The Green Marketing Mix

1. Como desenvolver produtos *eco-friendly*;
  - i) O Ciclo de Vida dos Produtos;
  - ii) Estratégias de Eco-Inovação;

- i) Preço X Percepção de Valor;
- 3. Como distribuir produtos de forma ambientalmente correta;
  - i) A logística reversa;
- 4. Como comunicar ações sustentáveis para criar valor para a organização;
  - i) O que é o “Greenwash”;
  - ii) As Regras do CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária sobre Marketing Verde.

## 7. Bibliografia:

### 7.1 Básica:

OTTMAN, Jacquelyn A. **As Novas Regras do marketing Verde**. São Paulo: Makron Books, 2011.

DAHLSTROM, Robert. **Gerenciamento de Marketing Verde**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

FRIEND, Gil. **O Segredo das Empresas Sustentáveis**. Lisboa: Centro Atlântico, 2009.

ALMEIDA, Fernando Alves. **Os Desafios da Sustentabilidade: uma ruptura urgente**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ALMEIDA, Fernando Alves. **O Bom Negócio da Sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2002.

## 8. Avaliação de Aprendizagem:

O rendimento escolar será aferido por meio de provas escritas (múltipla escolha e /ou dissertativas), atividades em sala de aula e trabalho escrito realizado ao longo do semestre.

	<b>Peso %</b>
Presença e Participação	20
Avaliações Parciais – Provas Escritas	30
Trabalho em grupo	50
	100