



Universidade Federal do Ceará
Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade
Departamento de Administração

PLANO DE ENSINO DE DISCIPLINA

Ano/Semestre

1. Identificação					
1.1. Unidade: FEAAC					
1.2. Curso: Administração					
1.3. Nome da Disciplina: MARKETING E SUSTENTABILIDADE					
1.4. Código da Disciplina: ED0193					
1.5. Caráter da Disciplina: () Obrigatória (X) Optativa					
1.6. Regime de Oferta da Disciplina: (X) Semestral () Anual () Modular					
1.7. Carga Horária (CH) Total: 64h	C.H. Teórica: 34h	C.H. Prática: 30h	C.H. EaD:	C.H. Extensão: –	C.H. Prática como componente curricular – PCC ¹ (apenas para cursos de licenciatura): –
1.8. Pré-requisitos: ED0122					
1.9. Co-requisitos: não há					
1.10. Equivalências: não há					
1.11. Professores pertencentes à Unidade Curricular Administração Mercadológica: Cláudia Buhamra Abreu Romero; Fabiana Nogueira H Ferreira; Francisco Vicente Sales Melo; Luiz Carlos Murakami.					
2. Justificativa					
A disciplina de Marketing e Sustentabilidade é o despertar para a linguagem do foco no cliente, nas suas necessidades e nos seus desejos para que a empresa possa preparar-se para desenvolver uma oferta de valor ligada à sustentabilidade ambiental, social e econômica. A gestão mercadológica serve a empresas privadas orientando o desenvolvimento sustentável de novos produtos e serviços, assim como a instituições públicas na busca da excelência de serviço ao cidadão.					
3. Ementa					
Sustentabilidade: definição e dimensões; Problemas ambientais da atualidade; os componentes do marketing mix sustentável.					
4. Objetivos – Geral e Específicos					
Geral: Compreender o Marketing como elo entre a empresa e seu público-alvo, cujo objetivo central é a oferta de valor para a satisfação do cliente, promovendo a sustentabilidade social, econômica, ambiental e cultural.					

Específicos:

- Compreender o conceito de Sustentabilidade;
- Analisar os elementos da Sustentabilidade e a suas implicações estratégicas e táticas e operacionais;
- Entender o cruzamento entre o Marketing e a Sustentabilidade
- Desenvolver a capacidade de levantamento de informações e análise para a identificação de problemas e oportunidades.

5. Descrição do Conteúdo/Unidades	Carga Horária
1. Fundamentos da Sustentabilidade 1.1 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ONU) 1.2 Rs como ferramenta 1.3 Triple Bottom Line	16h
2. Comportamento do consumidor sustentável	8h
3. Segmentação de clientes sustentáveis	8h
4. Produto Sustentável	8h
5. Preço sustentável	8h
6. Distribuição sustentável	8h
7. Comunicação sustentável	8h
6. Metodologia de Ensino	
Aulas expositivas e interativas; Promoção de competição entre equipes no desenvolvimento de um trabalho de campo; Desenvolvimento de estudo de caso; Estímulo ao empreendedorismo.	
7. Atividades Discentes	
Trabalhos individuais de pesquisa de mercado para o desenvolvimento da escrita Trabalhos em equipe promovendo a negociação e liderança para a sua execução Desenvolvimento de projetos interdisciplinares	

8. Avaliação

A nota final será composta pela média aritmética das notas decorrentes de:
Duas avaliações parciais escritas
Um trabalho de pesquisa de campo, em equipe
Um seminário de apresentação da pesquisa
Participação ativa em sala de aula: comentários e debates, resolução de casos de ensino.

Os alunos que ao final do semestre obtenham média entre 4,0 (quatro) e 7,0 (sete), devem fazer a Avaliação Final.

9. Bibliografia Básica e Complementar

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.

Complementar

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.

10. Parecer

Aprovação do Colegiado do Departamento

___/___/___

_____ Assinatura da Chefia do Departamento

Aprovação do Colegiado de Coordenação do Curso

___/___/___

_____ Assinatura do Coordenador