



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

SETOR DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de Economia Rural e Extensão

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Marketing e Mercados de Produtos Florestais	Código: AE060
--	---------------

Natureza:	() Obrigatória	(X) Semestral	() Anual	() Modular
	(X) Optativa			

Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: () Totalmente Presencial () Totalmente EAD (X) Parcialmente EAD: 10 CH
----------------	---------------	--

CH Total: 30							
CH Semanal: 02							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 00	Orientada (OR): 00	Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00
Atividade Curricular de Extensão (ACE):00							

Horário: Quarta-feira - 16:30 - 18:30**Vagas:** 10 Curso de Engenharia Industrial Madeireira**EMENTA**

1. Introdução. O setor florestal e a dinâmica de mercado;
2. Conceitos básicos de Marketing;
3. Marketing Estratégico;
4. Sistema de informações para estratégias de Produtos e empresas de base florestal;
5. Segmentação e posicionamento para produtos,
6. Serviços e empresas florestais;
7. O ambiente de marketing florestal;
8. O consumidor de produtos florestais;
9. Estratégias baseadas no marketing mix para produtos de base florestal;
10. Os mercados de base florestal nacional e internacional.

PROGRAMA

1. Conceituação (marketing, sistema de marketing, ambiente de marketing, problemas)
2. Comportamento do consumidor
3. O marketing estratégico

4. Sistema de informações de marketing
5. O comportamento do consumidor do setor florestal
6. Análise da concorrência
7. Segmentação e posicionamento no setor florestal
8. Produto
9. Preço
10. Canais e distribuição física
11. Promoção
12. Organização de marketing
13. Planejamento e controle de marketing
14. Os modelos de marketing estratégico para alocação de recursos
15. Desenvolvimento da estratégia de marketing
16. Marketing Ambiental
17. Marketing de produtos não madeireiros

OBJETIVO GERAL

Possibilitar que os alunos de Engenharia Industrial Madeireira tenham conhecimento básico sobre Marketing e Mercados, visto que a maior parte de sua formação se dá nas áreas denominadas “técnicas” e não de mercado, sendo esta uma área onde há um aumento de demanda por profissionais.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Compreensão sobre marketing e mercados e sua aplicação no setor de base florestal.
- Importância dos instrumentos do marketing para o sucesso do setor e empresas de base florestal.
- Entender e saber usar os instrumentos de marketing .

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

1. A disciplina procurará realizar atividades síncronas e assíncronas, sendo 2/3 de atividades síncronas e 1/3 de atividades assíncronas.
2. Para as atividades síncronas procurar-se-á inicialmente utilizar o sistema Teams da UFPR e, como opção secundária, se houver algum problema, o Skype, já plenamente conhecido, ou o Google Meet.
3. A carga horária prevista para a semana será de 2 horas.
4. O material didático constará de livros e outros materiais serão buscados na internet a medida que avance a disciplina.
5. Também poderá fazer parte do modelo a busca dos próprios alunos por materiais, visto ser uma atividade de aprendizado.
6. O Sistema de comunicação que se utilizará será e-mail, sistema AVA ou o sistema Teams da UFPR para incluir materiais e atividades aos alunos, bem como para receber as respostas das mesmas. Qual se mostrar mais adequado.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

- Provas durante o semestre
- Resumos e resenhas
- Seminários
- Elaboração de trabalhos

Estas formas de avaliação serão discutidas no início do semestre com os alunos para definição dos pesos, como é normalmente feito modelo presencial e perfeitamente possível de ser implementado neste modelo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

1. MARCOS COBRA. **Administração de marketing**. ATLAS - ISBN: 852240769X
2. PHILIP KOTLER. **Administração de marketing (12. ED.)**, Pearson / Prentice Hall - ISBN: 858791801X
3. EDER POLIZEI . **PLANO DE MARKETING**. Thomson Learning - ISBN: 8522104921

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

1. LUIZ CLAUDIO ZENONE . **Marketing estratégico e competitividade empresarial**, NOVATEC - ISBN: 8575221175
2. SEBRAE MG. Como elaborar um plano de marketing. 91p. 2013.
3. SEBRAE PE. Confira o guia completo sobre marketing digital. 27p.
4. MANUEL BARROSO & TERESA MADUREIRA. Marketing nas pequenas e medias explorações agrícolas. SPI – Sociedade Portuguesa de Inovação. 1a. ed. 2005. 96 p.
5. LEONOR QUEIROZ & MELLO CRISTINA GALAMBA MARREIROS. Marketing de Produtos Agrícolas. AJAP. 105 p.

Bibliografias adicionais poderão ser indicadas, bem como podem ser sugeridas pelos alunos.



Documento assinado eletronicamente por **JOAO CARLOS GARZEL LEODORO DA SILVA, PROFESSOR 3 GRAU**, em 02/12/2021, às 16:06, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **4089473** e o código CRC **B8DD7FAA**.
