



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA RURAL E EXTENSÃO

Ficha 2 (variável)

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

Natureza:

() Obrigatória

() Optativa

() Semestral

() Anual

() Modular

Pré-requisito: AE 057

Co-requisito:

Modalidade: () Totalmente Presencial () Totalmente EAD ()
Parcialmente EAD: 10 CH

CH Total: 30

CH Semanal: 02

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

Horário: Quarta-feira - 16:30 - 18:30

Vagas: 20 Curso de Engenharia Florestal

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 Florestal 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.
2. A carga horária prevista para a semana será de 2 horas, que, em 15 semanas completará a carga horária da disciplina.
3. O material didático constará livros e outros materiais serão buscados na internet a medida que avance a disciplina.
4. Também poderá fazer parte do modelo a busca dos próprios alunos por materiais, visto ser uma atividade de aprendizado.
5. 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.