



FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO: GAP028	COMPONENTE CURRICULAR: Estratégia de Marketing	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE CIÊNCIAS INTEGRADAS DO PONTAL		SIGLA: FACIP
CH TOTAL TEÓRICA: 45	CH TOTAL PRÁTICA: 15	CH TOTAL: 60

OBJETIVOS

Apresentar as diversas estratégias mercadológicas capazes de criar situações vantajosas no processo de competição das empresas.

EMENTA

Fatores essenciais para o planejamento estratégico. Objetivos empresariais e estratégia. Análise de portfólios de um negócio. Formulação de um plano estratégico. Meio ambiente como estratégia empresarial. Educação ambiental e marketing verde.



PROGRAMA

1. Planejamento estratégico
 - 1.1. Níveis corporativo e divisional.
 - 1.2. Missão e valor.
2. Planejamento no nível de produto
 - 2.1. Estágios do ciclo de vida de produtos: desenvolvimento, introdução, crescimento, maturidade e declínio.
 - 2.2. Diferenciação.
 - 2.3. Estratégias de inovação.
3. Estratégias genéricas de Michael Porter
4. Estratégias de posicionamento competitivo
5. Matriz de crescimento/participação de Igor Ansoff
6. Educação ambiental e marketing verde
 - 6.1. Meio ambiente como estratégia empresarial. Consumo e cidadania. . Do marketing social ao marketing ambiental. Educação ambiental: pressupostos teóricos; espaços e sujeitos pedagógicos; estratégias educativas; avaliação.
 - 6.2. A emergência do marketing ambiental. As dimensões do marketing ambiental: governo, mercado e ONGs. Pesquisa em educação ambiental e consumo verde.
 - 6.3. Marketing ambiental e espetáculo. Estratégias e táticas de propaganda e publicidade no marketing ambiental. Estratégias de promoção no marketing ambiental.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LEVITT, T. **A imaginação de marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990.

PIMENTA, H. C. D. **Gestão ambiental**. Curitiba: Editora Livro Técnico, 2012.

WRIGHT, P.; KROLL, M. J.; PARNELL, J. **Administração estratégica: conceitos**. São Paulo: Atlas. 2000.



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CURI, D. **Gestão ambiental**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2011.

DIAS, R. **Marketing ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios**. São Paulo: Atlas, 2007.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

HOOLEY, G. J.; SAUNDERS, J. A.; PIERCY, N. F. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. 4. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2011.

RIES, A.; TROUT, J. **Marketing de guerra**. 31. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

APROVAÇÃO

___ / ___ / _____

Carimbo e assinatura do Coordenador do Curso

___ / ___ / _____

Carimbo e assinatura do Diretor da
Unidade Acadêmica
(que oferece a disciplina)