



Serviço Público Federal
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense
Pró-Reitoria de Ensino

DISCIPLINA: Marketing Ambiental	
Vigência: a partir de 2012/1	Período letivo: 3º semestre
Carga horária total: 30h	Código: CAVG_Diren.013
Ementa: Fundamentos de Marketing (Histórico e evolução do conceito); Composto Mercadológico – 4Ps; Marketing Social e Ambiental; Comportamento do Consumidor	

Conteúdos

UNIDADE I – A Evolução do Conceito de Marketing

- 1.1 Histórico do marketing e sua Evolução.
- 1.2 Conceitos e objetivo do marketing.
- 1.3 Ampliação conceitual do marketing.
- 1.5 Segmentação de Mercado

UNIDADE II – Composto de Marketing

- 2.1 Composto e importância
- 2.2 Desenvolvimentos do composto
- 2.3 Produtos (ciclo de vida, embalagem, rótulo)
- 2.4 Preço
- 2.5 Distribuição
- 2.6 Promoção

UNIDADE III. Marketing Social

- 3.1 Conceito e importância
- 3.2 Desenvolvimento e estratégia
- 3.3 Os 4 Os do marketing Social
- 3.4 Principais diferenças entre o marketing social e comercial

UNIDADE IV - Marketing Ambiental

- 4.1 Conceito e principais questões ambientais
- 4.2 Marketing e sustentabilidade
- 4.3 O produto ecológico
- 4.4 Características e principais funções
- 4.5 Responsabilidade social do marketing
- 4.6 Marketing verde

UNIDADE V - Comportamento do Consumidor

- 5.1 O processo de compra do consumidor
- 5.2 Variáveis
- 5.3 Tomada de decisão
- 5.4 O novo consumidor ecologicamente consciente.



Serviço Público Federal
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense
Pró-Reitoria de Ensino

Bibliografia básica

DIAS, R. **Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2006.

DIAS, R. **Marketing Ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios**. São Paulo: Atlas, 2009.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento Estratégico: da intenção aos resultados**. 2 ed. Rio de Janeiro, 2009.

Bibliografia complementar

BRAGA, B. et.al. **Introdução à Engenharia Ambiental**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

CHIAVENATO, I. **Administração: teoria, processo e prática**. 4. ed, Rio de Janeiro: Elsevier, 2007

COBRA, M. **Administração de Marketing no Brasil**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

PINHEIRO, D. **Comunicação Integrada de Marketing**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

KOTLER, P. **Marketing 3.0: As Forças que Estão Definindo o Novo Marketing Centralizado no Ser Humano**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.