



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ - UFC
Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade - FEAAC
Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria – PPAC

CÓDIGO: EHP7507

Título: Marketing e Sustentabilidade

Nível: Mestrado/Doutorado

Obrigatória: () Sim (X) Não

Carga Horária: 64

Número de Créditos: 4

Ementa: Marketing: definição, conceitos e evolução; Administração de Marketing; Responsabilidade Socioambiental; Marketing Verde; Gestão Instrumental de Marketing Verde.

Bibliografia:

1. OTTMAN, Jacquelyn A. As Novas Regras do Marketing Verde. São Paulo: M.Books, 2012.
2. PAIVA, Teresa; PROENÇA, Reinaldo. Marketing Verde. São Paulo: Almedina Brasil, 2011. 1a Edição.
3. DAHLSTROM, Robert. Gerenciamento de Marketing Verde. São Paulo: Cengage, 2011.
4. ENGEL, James F; BLACKWELL, Roger D. MINIARD, Paul W. Consumer behavior. Eighth edition, Florida: The Dryden Press Harcourt Brace College Publishers, 1995.
5. HANDELMAN, Jay M.; ARNOLD, Stephen J. The role of marketing actions with a social dimension: appeals to the institutional environment. Journal of Marketing. p. 33-48, Jul. 1999.
6. KOTLER, P; ROBERTO, E.L. Marketing social: estratégias para alterar o comportamento público. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
7. KOTLER, Philip. Administração de marketing. 10ª edição. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
8. LACZNIAK, Gene; MURPHY, Patrick. Marketing ethics: guidelines for managers. Lexington: Lexington Books, 1986
9. FARRIS, Paul W. et al. Métricas de Marketing. Porto Alegre, Bookman, 2007.
10. McDONALD, Malcolm. Planos de Marketing – como criar e implementar planos eficazes. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
11. AMBRÓSIO, Vicente. O Plano de Marketing Passo a Passo. Rio de Janeiro: Reichman & Afonso Editores, 1999.
12. DIAS, Reinaldo. Marketing Ambiental – Ética, Responsabilidade. São Paulo: Atlas. 1a. Edição, 2007.