

FABEL - FACULDADE DE BELÉM
CURSOS TECNOLÓGICOS

Disciplina: ECONOMIA E MARKETING

OBJETIVO: Contribuir para a tomada de decisão do Gestor em Marketing através da análise das variáveis econômicas que influenciam o ambiente interno e o ambiente externo da empresa.

EMENTA: Introdução à economia. Os setores básicos da economia. Leis de Oferta e procura. Emprego, consumo e renda. Teoria da elasticidade. Formação de preços. Sistemas de preços e alocação de recursos. Medição da atividade econômica. Microeconomia. Plano Real. Política fiscal, dívida externa, dívida interna, PIB, PNB, . Inflação. Privatizações. Relações com o marketing.

PROGRAMA:

UNIDADE I: MICROECONOMIA

- 1.1 Introdução
- 1.2 Fases do Marketing
- 1.3 Conceitos de Marketing
- 1.4 O marketing hoje
- 1.5 A importância do marketing das organizações.

UNIDADE II:

- 2.1 Demanda
- 2.2 Oferta e equilíbrio de mercado
- 2.3 Elasticidade: O uso da demanda
- 2.4 Elasticidade: O uso da oferta

UNIDADE III:

- 3.1 Sistema de Marketing
- 3.2 Administração de marketing
- 3.3 Ambiente de marketing
- 3.4 Forças do macroambiente
- 3.5 Ambiente empresarial

UNIDADE IV:

- 4.1 Estruturas teóricas: Os extremos
- 4.2 Estruturas mais realistas: As intermediárias

UNIDADE V:

- 5.1 Princípios básicos da economia
- 5.2 A contabilidade nacional
- 5.3 Índice de custo de vida

;

UNIDADE VI:

- 6.1 O modelo de demanda e oferta agregada
- 6.2 Os Equilíbrios com Inflação e Desemprego
- 6.3 A Política Monetária
- 6.4 A Política Fiscal

Unidade VII

- 7.1 Crescimento econômico
- 7.2 Desenvolvimento e Subdesenvolvimento

Unidade VIII

- 8.1 Conceitos básicos de mercado de trabalho
- 8.2 O mercado de trabalho
- 8.3 Fatores que podem influenciar o mercado de trabalho

Unidade IX

- 9.1 Balanço de pagamentos
- 9.2 O mercado de câmbio
- 9.3 Políticas de comércio

Bibliografia Básica:

- MENDES, Judas Tadeu Grassi. *Economia: Fundamentos e Aplicações*. São Paulo: Makron, 2003.
- ROSSETTI, José. Paschoal. *Introdução à Economia*. São Paulo: Atlas, 2003.
- VASCONCELLOS, Marco A. S. de; GARCIA, Manuel. *Fundamentos de Economia*. São Paulo: Saraiva, 2004.

Bibliografia Complementar:

- ASSEF, Roberto. *Guia Prático de Formação de Preço*. Rio de Janeiro, Campus, 2005.
- BLANCHARD, Olivier. *Macroeconomia*. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- MAIA, Jayme de Mariz. *Economia Internacional e Comércio Exterior*. São Paulo: Atlas, 2006.
- PINDYCK, Robert; RUBINFELD, Daniel L. *Microeconomia*. São Paulo: Prentice Hall, 2005.
- VELLOSO, João P. R. *A Crise Mundial e a Nova Agenda de Crescimento*. Rio de Janeiro: José Olympio, s/d.

WESSELS, Walter. *Economia*. São Paulo: Saraiva, 2003.