



FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO: GAP033	COMPONENTE CURRICULAR: Comportamento do Consumidor	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE CIÊNCIAS INTEGRADAS DO PONTAL		SIGLA: FACIP
CH TOTAL TEÓRICA: 45	CH TOTAL PRÁTICA: 15	CH TOTAL: 60

OBJETIVOS

Introduzir e familiarizar os alunos com os conceitos básicos e procedimentos para a investigação dos hábitos e disposição de compra, processos de decisão e avaliação pós-compra dos indivíduos. Promover a importância dos vários fatores e elementos do ambiente de marketing e sua influência na atitude e no comportamento de indivíduos ou grupos em diferentes situações, bem como apresentar estratégias viáveis sob esta ótica.

EMENTA

Teoria da racionalidade econômica. Teorias comportamentais, psicanalíticas, sociais, antropológicas e cognitivistas. Cultura e consumo. Fatores de influência no comportamento de compra. Tipos de compra e processo decisório de consumo.



PROGRAMA

1. Introdução
 - 1.1 O que é o comportamento do consumidor
 - 1.2 Armadilhas no estudo do comportamento do consumidor
2. Processamento de Informação pelo consumidor
 - 2.1 O que é processamento de informação
 - 2.2 Envolvimento
 - 2.3 Percepção
 - 2.4 Memória
 - 2.5 Aprendizagem cognitiva
 - 2.6 Principais influências no comportamento do consumidor
3. Motivação
 - 3.1 O que é motivação
 - 3.2 Teorias de motivação
 - 3.3 Crença, atitude e comportamento
4. Processo de compra
 - 4.1 Reconhecimento dos papéis
 - 4.2 Comportamento de compra
 - 4.3 Estágios no processo de compra
 - 4.4 Caminho crítico
5. A face oculta do comportamento do consumidor
 - 5.1 Questões atuais
 - 5.2 Comportamento negligente
 - 5.3 Comportamento compulsivo
 - 5.4 Responsabilidade socioambiental da empresa

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

MOWEN, J. C.; MINOR, M. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Pearson, 2003.

SCHIFFMAN, L. G.; KANUK, L. L. **Comportamento do consumidor**. 9. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARROS FILHO, C.; CASTRO, G. **Comunicação e práticas de consumo**. São Paulo: Saraiva, 2007.

CANUT, L. **Proteção do consumidor no comércio eletrônico: uma questão de inteligência coletiva que ultrapassa o direito tradicional**. Curitiba: Juruá, 2007.

KARSAKLIAN, E. **Comportamento do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

LIMEIRA, T. M. V. **Comportamento do consumidor brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2008.

MARTIN, N. **Hábitos de consumo: o comportamento do consumidor que a maioria dos profissionais de marketing ignora**. Rio de Janeiro: Campus, 2009.

APROVAÇÃO

___ / ___ / _____

Carimbo e assinatura do Coordenador do Curso

___ / ___ / _____

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