



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA



FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO:	COMPONENTE CURRICULAR: Comportamento do Consumidor	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: Faculdade de Administração, Ciências Contábeis, Engenharia de Produção e Serviço Social		SIGLA: FACES
CH TOTAL TEÓRICA: 45 horas	CH TOTAL PRÁTICA: 15 horas	CH TOTAL: 60 horas

1. **OBJETIVOS**

A disciplina tem como objetivo ensinar os conceitos básicos e procedimentos para a investigação dos hábitos e disposição de compra, processos de decisão e avaliação pós-compra dos indivíduos, bem como 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. Ao final da disciplina o aluno deverá ser capaz de conhecer e entender os fatores que influenciam o comportamento do consumidor.

2. **EMENTA**

Introdução ao comportamento do consumidor. Processamento de informação e envolvimento do consumidor. Fatores internos e externos que influenciam o comportamento do consumidor. Processo de decisão de compra.

3. **PROGRAMA**

1. Introdução ao comportamento do consumidor

1.1. Conceito de comportamento do consumidor

1.2. Bases teóricas

1.3. Tipos de consumidores

2. Processamento de informação e envolvimento do consumidor

2.1. Processamento de informação

2.2. Consumidores com alto envolvimento

2.3. Consumidores com baixo envolvimento

2.4. Envolvimento situacional

2.5. Envolvimento duradouro

3. Fatores internos e externos que influenciam o comportamento do consumidor

3.1. Fatores culturais

3.2. Fatores sociais

3.3. Fatores pessoais

3.4. Fatores psicológicos

3.5. Fatores mercadológicos

4. Processo de decisão de compra.

4.1. Reconhecimento do problema

4.2. Busca de informações

4.3. Avaliação de alternativas

4.4. Decisão de compra

4.5. Comportamento pós-compra

4. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

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

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 11. ed. São Paulo: Bookman, 2016.

5. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2008.

BLACKWELL, R. D.; ENGEL, J. F.; MINIARD, P. W. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Cengage Learning, 2005.

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

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

MARTINS, N. **Hábitos de consumo: o comportamento do consumidor que a maioria dos profissionais de Marketing ignora**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

6. APROVAÇÃO

Profa. Dra. Jussara Goulart da Silva
Coordenadora do Curso de Administração
Portaria SEI R. 1.180 de 30 de março de 2021

Profa. Dra. Edileusa da Silva
Diretora da FACES
Portaria SEI R nº 499/2018



Documento assinado eletronicamente por **Jussara Goulart Da Silva, Coordenador(a)**, em 02/11/2021, às 21:25, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Edileusa da Silva, Diretor(a)**, em 03/11/2021, às 08:45, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3030716** e o código CRC **29E05B35**.

Referência: Processo nº 23117.059621/2021-21

SEI nº 3030716