

PLANO DE ENSINO

1 – IDENTIFICAÇÃO

CURSO: GESTÃO ESTRATÉGICA DE *MARKETING*

DISCIPLINA/MÓDULO: PERFIL DO *MARKETING* BRASILEIRO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

CARGA HORÁRIA: 20 H

PROFESSOR: RUBEM JOSE BOFF

2 – EMENTA

Ao introduzir a temática do consumo e do comportamento do consumidor, a disciplina busca estabelecer as origens das investigações na área, refletindo sobre as contribuições da economia, psicologia, sociologia e antropologia, e as formas que o *marketing* se apropriou dessas contribuições; Analisa os fundamentos que determinam os modelos de comportamento e suas generalizações empíricas. Discutir sobre as principais contribuições e modelos voltados para a investigação do comportamento do consumidor, suas tendências e perspectivas futuras com vistas a dimensionar as ações estratégicas do *marketing* em ambientes de alta competitividade.

3 – OBJETIVOS DA DISCIPLINA

Módulo	Apresentar, discutir e entender a temática do consumo e o papel do consumidor no processo de decisão de compra.
---------------	---

4 – METODOLOGIA

- a) Aulas expositivas dialogadas;
- b) Projeção e discussão de vídeos específicos;
- c) Dinâmicas em grupos;
- d) Leitura e discussão de textos
- e) Elaboração e apresentação de trabalhos em grupos;
- f) Os alunos serão incentivados a refletir, opinar e compartilhar sobre a realidade organizacional a partir de suas experiências de contato com empresas, artigos, vídeos e estudo de casos.

5 – CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Trabalhos individuais e em grupos;
Participação do aluno em sala de aula;
Elaboração de um artigo comportamento do consumidor.

6 – BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

CHURCHIL JR., Gilbert A.; PETER, J. Paul. *Marketing: criando valor para o cliente*. São Paulo: Saraiva, 2003. Cap. 6.

ENGEL, James F.; Blackwell, Roger D.; MINIARD, Paul W. *Comportamento do consumidor*. 8.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

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

COMPLEMENTAR

BOCK, Ana Maria B.; FURTADO, Odair; TEIXEIRA, Maria de Lourdes S. *Psicologias: uma introdução ao estudo de psicologia*. 13.ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

GIANESI, Irineu G.N.; CORRÊA, Henrique Luiz. *Administração estratégica de serviços: operações para a satisfação do cliente*. São Paulo: Atlas, 1996.

GIGLIO, Ernesto. *O comportamento do consumidor*. 2.ed. São Paulo: Thomson, 2002.

KOTLER, Philip. *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998. Cap. 6.

MOWEN, John C.; MINOR, Michael S. *Comportamento do consumidor*. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. *Comportamento do Consumidor*. 6.ed. Rio de Janeiro, LTC, 2000.

Artigos, ensaios, casos.