**PROGRAMA DE ENSINO[[1]](#footnote-1)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Código**  | **Disciplina**  |
| EGR7114 | Comportamento do Consumidor e Economia |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **H/A**  | **Créditos** | **Créditos Teóricos** | **Créditos Práticos** |
| 36 | 2 | 2 | 0 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pré-requisito**  | **Equivalência** | **Ofertada ao(s) Curso(s)**  |
| --- | --- | Design |

|  |  |
| --- | --- |
| **Ementa** | Comportamento do consumidor. Perfil de consumidor. Processo de compra. Segmentação e posicionamento de mercado. Posicionamento e mix de comunicação. |
| **Objetivos da disciplina** | Objetivo Geral:Permitir que a(o) aluna(o) compreenda as variáveis antropológicas, psicológicas e sociológicas que exercem influência no Comportamento do Consumidor considerando que as implicações desse Comportamento direcionam as estratégias de criação no design. Objetivos Específicos:* Capacitar o aluno para perceber a importância do estudo do Comportamento do Consumidor para o curso de Design;
* Promover a compreensão dos conceitos teóricos fundamentais do comportamento do consumidor e sua função estratégica
* Abordar as mudanças cronológicas do comportamento do consumidor;
* Identificar a importância em reconhecer que a satisfação do consumidor é o objetivo final nas estratégias de criação;
* Analisar as questões entre Ética, Responsabilidade Social e Comportamento do Consumidor
 |
| **Conteúdo Programático** | * Unidade I - O nascimento do consumo e Sociedade de Consumo
* Unidade II – Identificando Comportamentos de Consumo (nesta UNIDADE será realizado o desenvolvimento do trabalho)
* Unidade III – Ética e responsabilidade Social no Consumo.
 |
| **Bibliografia**  | * COBRA, Marcos. **Marketing Básico**. São Paulo: Atlas, 1997.
* CHURCHILL, Gilbert; PETER, J. Paul. **Marketing**, criando valor para o cliente. São Paulo: Saraiva, 2000.
* LAS CASAS, Alexandre. **Marketing, casos, testes e exercícios**. São Paulo : Atlas, 1998.
* SHIMP, Terence A. **Comunicação integrada de marketing:** propaganda e promoção. 7. ed. Porto Alegre (RS): Bookman, 2009
* SOLOMON, Michael R. **O Comportamento do consumidor:** comprando, possuindo e sendo. 7. ed. Porto Alegre (RS): Bookman, 2008
 |

1. Programa de ensino elaborado conforme recomendações da Resolução Nº 03/CEPE/84 [↑](#footnote-ref-1)