**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)