UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas
Departamento de Administração
Av. Fernando Ferrari, 514 - Campus Universitário - Goiabeiras
CEP. 29075.910 -ES – Brasil- Tel. (27) 3335.2599
E-Mail cursoadm@npd.ufes.br

PROGRAMA

Disciplina: Comportamento do Consumidor	**Código: ADM - 02210**
Professor: João Paulo de Barros	
Carga Horária:	**60 horas**
Período:	**2003/2**

1 – EMENTA:

Fornecer instrumental para estudar, avaliar e equacionar o comportamento do consumidor sob o prisma qualitativo. Natureza dos desejos e necessidades humanas, processo de escolha, métodos para analise do comportamento do consumidor, processo de compra, fatores sociais e antropológicos.

2 - OBJETIVOS:

a) Desenvolver atividades teóricas e praticas possibilitando uma analise critica sobre a evolução do comportamento social;

b) Estudar as mudanças sociais e as principais correntes psicológicas que condicionam o comportamento do consumidor;

c) Analisar as diferentes formas usadas para atingir o consumidor (persuasão);

d) Debater cenários e tendências mercadológicas.

3 - CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

U**nidade I** – **A Evolução dos Mercados**

- As principais Revoluções
- O sistema de Marketing

Unidade II – **Comportamento do Consumidor**

- Modelos Comportamentais
- Condicionamentos
- Variáveis Interpessoais
- Variáveis Intrapessoais

Unidade III – O Processo Decisório do Consumidor

- Processos Sensoriais e Perceptivos
- Aprendizado, Memória e Cognição
- Motivação
- Emoção

4 – METODOLOGIA DE ENSINO:

Serão utilizados os seguintes procedimentos didáticos:

- Leitura, análise e interpretação de textos pelos alunos;
- Apresentação e discussão de temas, através de seminários conduzidos pelos alunos;
- Exposição dialogada pela professora.

5 – METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO:

Deverão ser observados os seguintes aspectos:

- Apresentação de seminários;
- Participação nas aulas;
- Prova final.

A forma de aferição das médias e os critérios para as notas de participação serão discutidos com os alunos.

6 - BIBLIOGRAFIA:

GADE, Cristiane. **Psicologia do consumidor e da Propaganda**. São Paulo: EPU, 1998.

JAGDISH, N. Sheth: BANWARI, MITTAL; BRUCE I. Newman. **Comportamento do Cliente**- indo além do comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2000.

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2000.

KOTLER, Philip. **Princípios de Marketing**. 7ª ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1999.

PORTER, Michael. **Estratégias Competitivas**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

Obs.: Além destas referências, será indicada bibliografia suplementar, conforme o desenvolvimento da disciplina.