



Componente Curricular: Exclusivo de curso ( X )		Eixo Comum ( )	Eixo Universal ( )
Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - MKT E CRIAÇÃO		Núcleo Temático: CONHECIMENTOS ESSENCIAIS	
Nome do Componente Curricular: COMPORTAMENTO E CULTURA DO CONSUMIDOR		Código do Componente Curricular: ENEX 50143	
Carga horária: 2 horas aula 32h/38ha	( X ) Sala de aula ( ) Laboratório ( ) EaD	Etapa: 4ª.	
<p>Ementa:</p> <p>Compreensão das influências culturais no comportamento do consumidor. Discussão sobre a cultura global do consumidor. A importância dos grupos na segmentação e da consideração sobre os subgrupos e subculturas de consumidor. Construção do processo de segmentação a partir do conhecimento do comportamento de consumo.</p>			
<p>Conteúdo programático</p> <p>Consumo como objeto de estudo A formação da Sociedade de consumo e do consumidor. Estudos científicos sobre o consumo. Antropologia e psicologia do consumo: noções de identidade, subjetividade e perfís dos consumidores. Decisão de compra na perspectiva antropológica. Aspectos psicológicos do consumo: influências internas e externas. Aspectos sociais do consumo Aspectos culturais do consumo Processo de decisão de compra Comportamento do consumidor digital. Estratégias comunicacionais.</p>			



Semana	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas
1	Aula inaugural: apresentação da disciplina, bibliografia, avaliações.	
2	Introdução ao Estudo do Consumo: o Consumo como objeto de estudo	BAUMAN, Z. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2008. FONTELLE, Isleide A. Cultura do consumo. Fundamentos e formas contemporâneas. São Paulo: Editora FGV, 2017.
3	A formação da Sociedade de consumo e do consumidor. Primeiros estudos científicos.	FONTELLE, Isleide A. Cultura do consumo. Fundamentos e formas contemporâneas. São Paulo: Editora FGV, 2017. LIPOVETSKY, Gilles. A felicidade paradoxal. Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
4	Antropologia e psicologia do consumo: noções de identidade, subjetividade e perfis dos consumidores.  Processos de decisão de compra numa abordagem antropológica	DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Ed da UFRJ, 2013.  MILLER, Daniel. Teoria das compras: o que orienta as escolhas dos consumidores. São Paulo: Nobel, 2002.
5	<b>Feriado</b>	
6	Por que consumimos? Necessidades, motivações e experiências. Aspectos psicológicos do consumo: influências internas e externas.	SOLOMON, Michael R. O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo. São Paulo: Bookman, 2016.
7	Aspectos psicológicos do consumo: influências internas e externas. Priming	SOLOMON, Michael R. O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo. São Paulo: Bookman, 2016.



<b>8</b>	Revisão P1.	Bibliografias indicadas ( básica e complementar)
<b>9</b>	Avaliação P1	Bibliografias indicadas ( básica e complementar)
<b>10</b>	Vista de prova	
<b>11</b>	Aspectos sociais influenciadores do consumo: grupos, tribos, comunidades de marca	SOLOMON, Michael R. O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo. São Paulo: Bookman, 2016.
<b>12</b>	Aspectos culturais do consumo: tendências contemporâneas no comportamento do consumidor.  Processo de decisão de compra.	Comportamento do Consumidor: SOLOMON, Michael R. O comprando, possuindo e sendo. São Paulo: Bookman, 2016. LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal. Comportamento do consumidor brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2009. Relatório Euromonitor.
<b>13</b>	Comportamento do consumidor digital Perfis digigráficos dos consumidores	SOLOMON, Michael R. O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo. São Paulo: Bookman, 2016.
<b>14</b>	Estratégias comunicacionais	SOLOMON, Michael. R. Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo, sendo. São Paulo, Bookman, 2016.
<b>15</b>	Orientações para Avaliação P2. Atendimento aos grupos de trabalho.	
<b>16</b>	Apresentação de trabalho de comportamento do consumidor	Bibliografia básica e complementar da disciplina
<b>17</b>	Apresentação de trabalho de comportamento do consumidor	Bibliografia básica e complementar da disciplina



<b>18</b>	Vista de Avaliação NI2	
<b>19</b>	Provas substitutivas	Conteúdo bibliográfico do semestre
<b>20</b>	Prova final	Conteúdo bibliográfico do semestre
<b>21</b>	Fechamento de notas	Encerramento do semestre

*Bibliografia Básica:*

LIPOVETSKY, Gilles. A felicidade paradoxal. Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MILLER, Daniel. Teoria das Compras: o que orienta as escolhas dos consumidores. São Paulo: Ed Nobel, 2002.

SOLOMON, Michael R. O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo. São Paulo: Bookman, 2016.

*Bibliografia Complementar:*

BAUMAN, Zigmund. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2008.

DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Ed da UFRJ, 2013.

FONTELLE, Isleide A. Cultura do consumo. Fundamentos e formas contemporâneas. São Paulo: Editora FGV, 2017.

LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal. Comportamento do consumidor brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2009.

SAMARA, Beatriz dos Santos. MORSCH, Marco Aurélio. Comportamento do Consumidor: conceitos e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2005.