



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2011
Tp. Período	Anual
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)
Disciplina	1962 - PSICOLOGIA E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR
Turma	PPM
Local	GUARAPUAVA

Carga Horária: 102

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Estudo dos aspectos psicológicos na comunicação. Comportamento humano e comportamento do consumidor. Teorias motivacionais e sociais no processo de consumo.

A partir de 2015:

O comportamento do consumidor. Estudo das teorias e dos aspectos sociais e psicológicos no processo de consumo. Consumo, consumismo e consumerismo. Consumo e desperdício. Educação ambiental e educação para o consumo.

I. Objetivos

Os objetivos da presente disciplina são:

- 1.1 Iniciar estudos acerca do universo do consumidor e seus hábitos de consumo;
- 1.2 Buscar subsídios teóricos e práticos que proporcionem reflexões sobre os hábitos de consumo;
- 1.3 Identificar fatores que influenciam no processo decisório de consumo;
- 1.4 Formar pensamento crítico em relação à Comunicação e seus reflexos na vida dos consumidores.

II. Programa

- 2.1 O estudo do comportamento do consumidor
- 2.2 Modos de produção e consumo
- 2.3 Monopólio e concorrência
- 2.4 Ferramentas de marketing e consumo
- 2.5 Publicidade: Bens de consumo e bens simbólicos
- 2.6 Contribuições dos aspectos sociológicos no comportamento de consumo
- 2.6.1 Família, cultura, economia, classe social, grupos de referência, estilo de vida
- 2.7 Contribuições dos aspectos psicológicos no comportamento de consumo
- 2.7.1 Personalidade, motivação, percepção, aprendizagem, atitude
- 2.8 Papéis e tipos de consumidor
- 2.9 Processo de decisão de compra
- 2.10 Comportamento pós-compra
- 2.11 Satisfação e insatisfação
- 2.12 Dissonância Cognitiva
- 2.13 Consumo, consumismo e consumerismo
- 2.14 Publicidade e Responsabilidade Social
- 2.15 Movimentos de defesa dos direitos do consumidor
- 2.16 Órgãos de defesa do consumidor
- 2.17 Comportamento negligente do consumidor

III. Metodologia de Ensino

- 3.1 Aula expositiva dos conteúdos teóricos;
- 3.2 Atividades orientadas em sala de aula;
- 3.3 Pesquisas e trabalhos práticos extra sala de aula;
- 3.4 Palestras; visitas técnicas; debates;
- 3.5 Aula a distância até 20 da carga horária da disciplina, na plataforma moodle

IV. Formas de Avaliação

As avaliações serão baseadas em provas escritas individuais, atividades práticas individuais e/ou em equipes, apresentação de seminários.

V. Bibliografia

Básica

- GADE, Christiane. Psicologia do Consumidor e da Propaganda - EPU - São Paulo, 1998.
KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do Consumidor - Atlas - 2000.
MOWEN, John C. MINOR, Michael S. - Comportamento do Consumidor - Prentice Hall, 2003.
GIGLIO, Ernesto. O Comportamento do Consumidor - Pioneira Thomsom, 2002;

Complementar



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2011	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	1962 - PSICOLOGIA E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	Carga Horária: 102
Turma	PPM	
Local	GUARAPUAVA	

PLANO DE ENSINO

SOLOMON, Michael R. Comportamento do consumidor. 5ed. Porto Alegre: Bookman Companhia, 2002.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 001/2011
Data: 08/02/2011