

Comportamento do Consumidor

Nome do Componente Curricular: Comportamento do Consumidor	
Carga Horária: 33 horas	02 horas aulas semanais
EMENTA	
Introdução ao comportamento do consumidor: definição, tipos e visão histórica do consumo. Análise das etapas do processo de compra. As diferenças individuais e o comportamento do consumidor. As influências ambientais no comportamento do consumidor. Os processos psicológicos do comportamento do consumidor. As responsabilidades éticas e legais do consumerismo.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA:	
KOTLER, Philip. Administração de Marketing . 14. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2012.	
SAMARA, Beatriz S., MORSCH, Marco Aurélio. Comportamento do Consumidor: Conceitos e Casos . São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2005.	
SOLOMON, Michael R. Comportamento do Consumidor . 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:	
ANGELO, C.F.; SILVEIRA, J. A. G. Marketing de Relacionamento no Varejo . São Paulo: Saint Paul, 2007.	
BERNARDINO, Eliane de C. et al. Marketing de varejo . 4. ed. São Paulo: FGV, 2011.	
COBRA, M. Administração de Marketing no Brasil . 3. ed. São Paulo: Campus, 2009.	
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing . 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2007.	
LAS CASAS, A. L. Administração de Marketing: Conceitos, Planejamento e Aplicações à Realidade Brasileira . São Paulo: Atlas, 2013.	